

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MARKETINGU A OBCHODU

Měření spokojenosti obyvatel se službami a zázemím obce

Resident Satisfaction Measurement with the Municipal Services and Facilities

Student: Eva Zicháčková

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Markéta Zajarošová

Ostrava 2011

Prohlašuji, že jsem celou práci, včetně uvedených příloh, vypracovala samostatně za použití uvedených zdrojů.

V Ostravě dne 10.5. 2011

.....
Eva Zicháčková

Poděkování

Děkuji vedoucí bakalářské práce Ing. Markétě Zajarošové za odbornou pomoc, vstřícný přístup a věcné připomínky při zpracování této bakalářské práce. Dále bych také chtěla poděkovat starostce obce Neplachovice, paní Daně Schreierové, za ochotu a pomoc při zjišťování informací potřebných k práci.

Obsah

1	ÚVOD	1
2	CHARAKTERISTIKA PROSTŘEDÍ OBCE NEPLACHOVICE.....	3
2.1	SOUČASNOST OBCE.....	3
2.2	HISTORIE OBCE NEPLACHOVICE.....	4
2.3	PAMĚTIHODNOSTI OBCE	5
2.4	SPOLKY A JEJICH HISTORIE.....	6
2.5	ORGANIZAČNÍ STRUKTURA OBCE NEPLACHOVICE.....	6
2.6	OBECNÍ SYMBOLY.....	7
2.7	SLUŽBY POSKYTOVANÉ OBCÍ NEPLACHOVICE	8
2.8	PROPAGAČNÍ MATERIÁLY OBCE.....	9
2.9	CHARAKTERISTIKA MAKROPROSTŘEDÍ OBCE NEPLACHOVICE.....	9
2.9.1	DEMOGRAFICKÉ PROSTŘEDÍ	9
2.9.2	EKONOMICKÉ PROSTŘEDÍ	10
2.9.3	POLITICKO – PRÁVNÍ PROSTŘEDÍ	11
2.9.4	SOCIÁLNĚ – KULTURNÍ PROSTŘEDÍ.....	11
2.9.5	PŘÍRODNÍ PROSTŘEDÍ.....	12
2.9.6	TECHNOLOGICKÉ PROSTŘEDÍ	12
3	TEORETICKÁ VÝCHODISKA MĚŘENÍ SPOKOJENOSTI.....	14
3.1	CHARAKTERISTIKA SLUŽEB	14
3.1.1	KLASIFIKACE SLUŽEB	14
3.1.2	VLASTNOSTI SLUŽEB	14
3.2	CHARAKTERISTIKA VEŘEJNÝCH SLUŽEB	16
3.2.1	MĚŘENÍ KVALITY VEŘEJNÝCH SLUŽEB	17
3.3	MARKETING MĚST A OBCÍ.....	17
3.3.1	VZNIK MARKETINGU MĚST A OBCÍ	17
3.3.2	KATEGORIZACE SÍDEL Z HLEDISKA ROZVOJOVÉ PERSPEKTIVY	18
3.3.3	MARKETINGOVÝ MIX OBCE	19
3.4	SPOKOJENOST ZÁKAZNÍKA	23
3.4.1	SPOKOJENOST ZÁKAZNÍKA.....	23
3.4.2	HODNOTA PRO ZÁKAZNÍKA	23
3.4.3	SPOKOJENÝ ZÁKAZNÍK	23
3.4.4	MASLOWOVA PYRAMIDA POTŘEB	24
3.4.5	ZÁKLADNÍ PRINCIPY PÉČE O ZÁKAZNÍKY	25
3.4.6	VÝZKUM SPOKOJENOSTI ZÁKAZNÍKA	26
3.4.7	METODY PRO ZJIŠŤOVÁNÍ POPTÁVKY PO VEŘEJNÝCH SLUŽBÁCH	28
3.4.8	METODY ROZHOVORU	28
3.4.9	DOTAZNÍKOVÁ METODA	30
3.4.10	DESKRIPTIVNÍ METODA	31
3.4.11	MĚŘENÍ ÚROVNĚ SPOKOJENOSTI OBČANŮ S POSKYTOVANÝMI VEŘEJNÝMI SLUŽBAMI	31
4	METODIKA ZPRACOVÁNÍ DAT	32
4.1	FÁZE PŘÍPRAVNÁ.....	32

4.2	FÁZE REALIZAČNÍ	34
5	ANALÝZA SPOKOJENOSTI OBYVATEL SE SLUŽBAMI OBCE	36
5.1	STRUKTURA RESPONDENTŮ	36
5.2	CELKOVÁ SPOKOJENOST S ŽIVOTEM V OBCI	37
5.3	ŽIVOTNÍ ÚROVEŇ V OBCI	37
5.4	AKTIVNÍ ZÁJEM O DĚNÍ V OBCI	38
5.5	ZDROJE SBĚRU INFORMACÍ O DĚNÍ V OBCI.....	39
5.6	SPOKOJENOST SE SLUŽBAMI OBECNÍHO ÚŘADU	40
5.7	NÁZOR OBYVATEL NA MOŽNOST TRÁVENÍ VOLNÉHO ČASU A ODPOČINKU	42
5.8	VÍTANÉ AKTIVITY OBČANŮ OD OBCE	43
5.9	ZLEPŠENÍ V OBLASTI SPORTU A KULTURY	44
5.10	SPOKOJENOST OBYVATEL S DOPRAVNÍ OBSLUŽNOSTÍ OBCE	45
5.11	SPOKOJENOST S ÚROVNÍ TECHNICKÝCH SLUŽEB	47
5.12	SPOKOJENOST SE ZDRAVOTNÍMI SLUŽBAMI V OBCI.....	48
5.13	VYHODNOCENÍ HYPOTÉZ	51
5.14	POZIČNÍ MAPA.....	52
6	NÁVRHY A DOPORUČENÍ.....	53
7	ZÁVĚR	58
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	60
	SEZNAM ZKRATEK	
	PROHLÁŠENÍ O VYUŽITÍ VÝSLEDKŮ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE	
	PŘÍLOHY	

1 Úvod

V České republice nalezneme přes šest tisíc obcí. Použití marketingu v oblasti velkých měst nabývá stále větší samozřejmosti, dalo by se také říct nutnosti. Tato taktika přináší městům výhodu hlavně v oblasti rozvoje, výdělků a komunikace. Ovšem začlenění marketingových aktivit do života malé obce, už tak velkou samozřejmostí není. I přes tento fakt se stále více obcí snaží do svého působení marketing zapojit. Tento nástroj sebou nese podobné výhody jako je tomu u větších měst.

Pokud se chce obec rozvíjet, mělo by vedení spolupracovat s ostatními obcemi a využívat nejrůznějších dotací, jak už od státu, tak od Evropské unie. Jestliže se místní správa v těchto možnostech dotací vyzná a má zájem, může i malá obec udělat velký krok kupředu.

Místní správy obcí usilují také o to, aby obce nabývaly stále většího rozvoje ve všech oblastech. Cílem mnoha správních jednotek je sjednocení životní úrovně jednotlivých obcí v České republice a zvýšení spokojenosti občanů. Ovšem proveditelnost tohoto plánu není vždy jednoduchá.

Obec Neplachovice, ve které bude proveden tento výzkum, čítá bezmála tisíc obyvatel. Bydlím zde již od narození a plánuji tady bydlet i do budoucna. Za dobu mého života se obec dosti změnila, jak po stránce vizuální, tak po stránce nabídky služeb, kulturního a sportovního vyžití. Co se týká mé osoby, jsem s životem v obci spokojena. Ale jako každý občan, kterému není jeho zázemí lhostejné, požaduji stále nová zlepšení v poskytovaných službách.

Po dlouhém období úřadování zdejšího starosty, bylo letos místo obměněno. V čele obce zasedla nová starostka. Již po pár měsících její práce jde poznat, že se vyzná ve všech možnostech, které obec, stát i Evropská unie nabízí.

Podle mého názoru je životní úroveň v obci dosti vysoká. Dovoluji si také tvrdit, že při stávajícím vedení obec bude stále růst a stane se velmi lukrativní pro mnoho nových obyvatel.

Již delší dobu mě zajímalo, do jaké míry jsou občané celkově spokojeni s životem v obci, jaký mají názor na životní úroveň a jak hodnotí nabízené služby. Proto jsem při výběru tématu bakalářské práce nemusela příliš váhat.

Výzkum bude proveden formou osobního a písemného dotazování. Nástrojem sběru dat byl zvolen dotazník, obsahující především baterie, ve kterých respondenti budou hodnotit známkami svou spokojenost.

Cílem práce je zjistit, do jaké míry jsou občané spokojeni se službami a se zázemím obce. V závěru bakalářské práce budou stanoveny možné návrhy a doporučení, které by mohly vést k větší spokojenosti obyvatel.

2 Charakteristika prostředí obce Neplachovice

Hlavním cílem této kapitoly je stručně a výstižně představit obec Neplachovice. Jak po stránce svého vzniku a minulosti, tak po stránce současné. Uveden je také výčet pamětihodností, spolků a služeb, které poskytuje obec svým občanům. Ke konci kapitoly je popsána charakteristika makroprostředí obce.

2.1 Současnost obce

Obec Neplachovice se nachází v Moravskoslezském kraji. Leží dvanáct kilometrů severozápadně od Opavy. Rovněž ji asi taková vzdálenost dělí od Krnova. Obec je vzdálená přibližně dva kilometry od polských hranic. Oblast patří historicky již po staletí do opavského Slezska. Severním okrajem katastru Neplachovic prochází státní silnice a železniční trať Opava – Krnov. Nadmořská výška Neplachovic je v nejnižším místě 269 metrů, v nejvyšším 291 metrů nad mořem. Nadmořská výška Neplachovic – Zadků 308 metrů. [17,19]

V současné době žije v obci celkem 934 obyvatel. Z toho v produktivním věku 659 občanů. Pod obec spadá malá vesnice čítající okolo 100 obyvatel jménem Zadky. Zde se nachází vrakoviště a benzínová stanice. Zadky leží přibližně 2,5 kilometrů jihozápadně od Neplachovic a přibližně 9,5 kilometrů severozápadně od okresního města Opava. Sousedními obcemi jsou Holasovice, Loděnice, Štěplovec, Jamnice a Vlastovičky.

Podnebí je zde mírné, poněkud zhoršováno tím, že kraj je otevřen severním větrům. Ročních srážek spadne přibližně 650 mm. Zdejší kraj je zemědělský, náleží k nejúrodnějším místům českého Slezska. Celková katastrální plocha obce je 573 ha, z toho orná půda zabírá osmdesát dva procent. Obec je členem Svazu měst a obcí, Spolku pro obnovu venkova, Euroregionu Silesia a Mikroregionu Opavsko severozápad, Místní akční skupiny Opavsko. [18]

2.2 Historie obce Neplachovice

Přesné datum založení obce Neplachovice není známo. První písemná zmínka o Neplachovicích je z roku 1257 a to, že farní kostel v "Niplawitz" držel řád německých rytířů. To, že v Neplachovicích byla již v polovině 13. století fara, dokazuje, že osada, která tehdy existovala, musela být dost významná, protože fary bývaly jen na větších místech. První listina, která hovoří o Neplachovicích jako o obci, je z roku 1374. [19,28]

V roce 1779 byla založena kolonie Neplachovské Zadky. V obci se z té doby uvádí panský zámek se statkem, fara, škola, mlýn, pivovar, palírna, hostinec a polní krčma. V roce 1814 je majitelem neplachovského panství Josef Vaníček. Do té doby bydlela vrchnost ve dvoře (číslo 1), která byla zřejmě dosti bohatá, protože v roce 1833 - 1834 byl na zámeckém poli postaven nový zámek a v roce 1836 jejich nákladem i nová škola. [28]

V roce 1848 došlo ke zrušení roboty a tím se občané Neplachovic stali svobodnými lidmi. Panstvo tak bylo odkázáno na námezdní síly. Majiteli statku byli od roku 1887 Gizela Elger z Frohbergu, od roku 1898 Robert a Kateřina Pillersdorfovi a od roku 1907 Egon a Markéta Pillersdorfovi, kteří již hodně parcelací zmenšený statek vlastnili až do roku 1945. Do katastru obce Neplachovice náležely do roku 1864 i Držkovice, jako osada a v roce 1836 se tu připomíná hostinec "Špluchala", který patřil do Neplachovic. [19,28]

Koncem 19. a počátkem 20. století se projevoval v okolních obcích silně germanismus, česká příjmení se poněmčovala a ve školách se začalo vyučovat německy. Neplachovice stály na nejzazší jazykové hranici a pevně si udržovaly své češství. I zde začaly částečně působit germanizační snahy a v roce 1900 při sčítání lidu se přihlásilo k Němcům 21 občanů (tj. 3 % obyvatel) v roce 1910 již pak 104 Němci (tj. 14% obyvatel). V obci byl zřízen německý nacionální spolek Nordmarka, jehož hlavním úkolem bylo přeměnit českou školu na německou, což se však díky Antonínu Kuzníkovi a Janu Krakovskému nepodařilo. [19,28]

28. říjen roku 1918 byl v obci uvírán s nadšením. Místní spolky uspořádaly velikou manifestaci na počest vyhlášení samostatnosti. V roce 1928 na počest 10. výročí

samostatnosti byla uspořádána rovněž velká slavnost, při které byla uctěna památka a upomínka padlých na místním hřbitově a zasazena lípa svobody na návsi. V roce 1931 zaznamenává obec hospodářskou krizi. Dne 8. října 1938 dochází k okupaci obce německým vojskem. Obec nese těžce dobu okupace a silně vzdoruje poněmčování. Je příznačné, že Neplachovice jako jediná obec v okolí si vynutila na německých úřadech zachování české školy. [28]

Dne 6. 5. 1945 dochází k osvobození obce sovětskou armádou. Jednotné zemědělské družstvo bylo založeno koncem roku 1952, později v roce 1961 bylo spolu s okolními družstvy sloučeno do velkého ekonomického celku Hraničář se sídlem v Loděnici. Později se přidali družstevníci z Vávrovic a Jaktáře a v této podobě ZD Hraničář hospodaří dodnes. [19,28]

Od 1. září roku 1990 jsou Neplachovice znovu samostatnou obcí. Byla dokončena plynofikace, vybudován vrt pitné vody pro potřeby ZŠ a zdravotního střediska, byl vystavěn vodovod, proběhla rekonstrukce zámeckého parku a oprava břehů potoka. [19,28]

2.3 Pamětihodnosti obce

Za zmínku určitě také stojí pamětihodnosti obce Neplachovice. Mezi významné a zároveň nejstarší stavby patří starý dřevěný mlýn Jana Maškeho z roku 1541 a empírový zámek se zámeckým parkem, který byl vystavěn v roce 1833. Dalšími pamětihodnostmi, které reprezentují obec je novorománský farní kostel Narození sv. Jana Křtitele, který byl postaven v roce 1874 a stará Obecná škola, nyní Mateřská škola z roku 1897. V obci také nalezneme pomník Pavla Křížkovského z roku 1910 a pomník padlých v 1. světové válce z roku 1920, který se nachází na místním hřbitově. [19]

V centru obce se nachází náves, kde byla v roce 1945 vysazena Lípa svobody. Tato náves je dějištěm mnoha veřejných kulturních akcí.

Fotografie obce viz. Příloha č. 4

2.4 Spolky a jejich historie

I přes to, že jsou Neplachovice vcelku malou obcí, nalezneme zde nemalý počet spolků, které jsou obcí podporovány. Jako první bych chtěla zmínit nejstarší spolek, kterým je Sbor dobrovolných hasičů. Místní hasičský sbor byl založen již v roce 1892. V současné době má 125 členů. V roce 2007 oslavil 115 let od založení. Dalším spolkem, který stojí za připomenutí je Tělocvičná jednota Sokol. TJ Sokol byla založena 5. května 1946. Jejím cílem bylo vychovat hlavně z mládeže zdravé, krásné, spolehlivé a neohrožené občany. V současné době má TJ Sokol tyto oddíly: florbal, cvičení žen, turistiku a tenisový oddíl. V minulém roce bylo dáno do provozu víceúčelové hřiště a stánek pro občerstvení. Mezi další spolky obce Neplachovice patří Český svaz včelařů, Český zahrádkářský svaz, AVZO – TSČ – ČR (střelecký klub). [17]

V minulých letech v obci působilo mnoho spolků, mezi které patřila například Místní organizace KSČ, Československá strana lidová, Československá strana socialistická, Československý Červený kříž, Socialistický svaz mládeže, Junák, Svaz Československo sovětského přátelství, Osvětová beseda, Spolek chovatelů holubů, Vzdělávací jednota, Hospodářský spolek, Hospodářské strojní družstvo, Tělocvičná jednota Orel, Svaz žen. [17]

2.5 Organizační struktura obce Neplachovice

Ke konci roku 2010 starosta Jiří Čech odstoupil z čela obce. Novou starostkou se stala paní Dana Schreierová.

Rada obce je výkonný orgán pro samostatnou působnost obce. Ze své činnosti se zodpovídá zastupitelstvu obce. V České republice má mít od pěti do jedenácti členů. Mezi kompetence rady obce patří například schvalování rozpočtu, zřizování komisí a odborů obecního úřadu.[16]

Rada obce Neplachovice se skládá z pěti členů. Rada obce Neplachovice se schází jednou za 14 – 21 dní.

Komise rady obce se skládají z komise kulturní, sociální a zdravotní, komise pro životní prostředí a komise klubu důchodců.

Zastupitelstvo obce je hlavním samosprávným orgánem, rozhoduje usnesením a může přijímat obecně závazné vyhlášky. Schvaluje např. územní plán obce a její rozpočet, zřizuje a ruší obecní policii či volí nebo odvolává starostu. Rozhodnutí zastupitelstva vykonává rada obce. Obecní samospráva rozhoduje také například o opravě chodníků, zajišťuje osvětlení, dopravu do dalších obcí, zřizuje hřiště, autobusové zastávky, podporuje kulturní život v obci.

Zastupitelstvo obce Neplachovice čítá 15 členů. Členové se scházejí pravidelně jeden krát do měsíce, podle potřeby i častěji. Veškeré jednání a schválené záležitosti jsou k dispozici ve Zpravodaji obce nebo také ke stažení na internetových stránkách obce.

Místní Základní a Mateřská škola, patří mezi organizace zřízené obcí.

2.6 Obecní symboly

Znak obce

Znakem obce Neplachovice je v zeleném štítě stříbrná radlice provázena dvěma stříbrnými růžicemi se zlatými semeníky.

Obr. 2.1 Znak obce



zdroj: [17]

Prapor, vlajka obce

Dalším symbolem obce je prapor nebo vlajka obce, které nesou základní barvy znaku obce, tj. zelený list s bílou radlicí ve střední části, bílou růží se žlutým semeníkem v žerďové části a stejnou růží ve vlající části. Poměr šířky k délce listu je 2 : 3. Mezi nejstarší používané symboly obce Neplachovice se považuje pečeť doložená od 1. poloviny 18. století (1723) a z roku 1896 razítko s Božím okem a nápisem OBECNÍ ÚŘAD V NEPLACHOVICÍCH. [17]

Nejstarší pečeť a razítko obce viz. Příloha č. 5

2.7 Služby poskytované obcí Neplachovice

Obec Neplachovice se snaží poskytovat svým občanům co největší řadu služeb. Z oblasti technických služeb je samozřejmostí pro obec svoz komunálního odpadu, který probíhá vždy v pondělí v dopoledních hodinách. Několikrát do roka jsou na návsi přistaveny zdarma pro občany kontejnery na zahradní odpad a také probíhá sběr nebezpečného odpadu.

Novinkou v roce 2008 bylo zavedení dvou pracovních míst v rámci veřejných prospěšných prací, která se zaměřuje na údržbu veřejných prostranství, úklid a údržbu veřejných budov a komunikací nebo jiné obdobné činnosti ve prospěch obce. Na těchto pracovních místech našli své uplatnění především dlouhodobě nezaměstnaní lidé. V roce 2011 se stav pracovníků navýšil na pět osob.

Co se týká dopravní obslužnosti obce, jsou zde spoje směr Opava a Bruntál. V rámci základní dopravní obslužnosti, kterou zajišťuje a hradí kraj, je nejvíce spojů. Ovšem spoje navíc a spoje ztrátové hradí obec ze svého rozpočtu. [30]

Ačkoliv jsou Neplachovice obcí, která nečítá ani tisíc obyvatel, nachází se zde zdravotní středisko, ve kterém můžou občané využít služeb praktického, zubního a ženského lékaře. Součástí zdravotního střediska je také lékárna, která zde funguje od roku 2005. [30]

2.8 Propagační materiály obce

Jednou za měsíc nalezne každý občan ve své schránce Zpravodaj. Tato knížečka formátu A5 obsahuje informace, které se týkají dění v obci. Lidé se zde dočtou usnesení ze schůze obecní rady a zastupitelstva obce, zápis z uskutečněných kulturních akcí a výhled činností do dalších měsíců. K dalším propagačním materiálům obce Neplachovice patří pohlednice, mapky, kalendář kulturních akcí.

Obec Neplachovice je také uvedena v publikaci Moravskoslezský kraj, města a obce, Proxima Bohemia, 2004.

Propagační materiály obce viz. Příloha č. 6

2.9 Charakteristika makroprostředí obce Neplachovice

V této podkapitole popisují jednotlivé prostředí, které mohou mít vliv na vývoj obce Neplachovice. Patří zde prostředí demografické, ekonomické, politicko-právní, sociálně-kulturní, přírodní a technologické.

2.9.1 Demografické prostředí

Podle Českého statistického úřadu žilo k datu 14.3.2011 v Moravskoslezském kraji 1 243 220 obyvatel. Tento údaj klesl od roku 2001 o 34 tisíc obyvatel. Takto velký pokles nezaznamenal žádný jiný kraj v České republice. Moravskoslezský kraj tedy přišel o postavení nejlidnatějšího kraje České republiky. Tento stav je způsoben především velkou migrací obyvatel. [21]

Okres Opava je svou rozlohou, která činí 1 113 km², třetím největším okresem v Moravskoslezském kraji. Nachází se zde celkem 77 obcí a 149 částí obcí. Celkový počet obyvatel čítá 177 236 obyvatel. [21]

Obec Neplachovice vede evidenci o svých občanech. Průběžně zaznamenává, kolik se v daném roce obyvatel narodilo, přistěhovalo, odstěhovalo a zemřelo. Tyto údaje vedou k zjištění dat ohledně celkového počtu obyvatel žijících v obci.

V obci Neplachovice žije celkem 934 občanů. Z tohoto počtu 449 mužů a 473 žen. Průměrný věk mužů činí 37,62 let a ženy dosahují průměrného věku 39,32 let. [30]

V následující tabulce můžeme vidět stav migrace v obci od roku 2007.

Tab 2.1 Migrace obyvatel

	r. 2007	r. 2008	r. 2009	r. 2010
Přistěhovalo	30	14	15	17
Narozeno	17	12	13	13
Odstěhovalo	20	16	17	19
Zemřelo	8	8	4	7

zdroj: [30]

2.9.2 Ekonomické prostředí

Míra registrované nezaměstnanosti v Moravskoslezském kraji dosahuje v průměru 12,36% a uchazečů na jedno volné pracovní místo je 25,9. V okrese Opava činí míra registrované nezaměstnanosti 11,36% a uchazečů na jedno volné pracovní místo je 36,4. Větší hodnotu uchazeče na jedno volné pracovní místo najdeme jen v okrese Bruntál a Karviná. [22,23]

V roce 2010 byla pracující síla v okrese Opava 93 482 osob. Tato hodnota má od roku 2007 stoupající tendenci. [22]

V okrese Opava činila průměrná mzda ve 4. čtvrtletí 2010 25 803 Kč, což je o 239 Kč (0,9 %) více než ve stejném období roku 2009. [20]

Každá obec disponuje určitým rozpočtem, který se snaží co nejvíce dodržovat. K hlavním příjmovým položkám patří příjmy z daní fyzických osob, příjmy z prodeje, pronájmu pozemků, příjmy z kulturních a společenských akcí atd. [30]

Do výdajů můžeme začlenit opravy místních komunikací, výdaje na dopravní obslužnost, výdaje spojené se základní a mateřskou školou, provozem střelnice, pořádáním kulturních a sportovních akcí. [30]

Dostí významnou investici provede obec tento rok, tedy v roce 2011. Začátkem roku 2011 byla schválena dotace na regeneraci zámeckého parku. Celkové náklady na regeneraci činí 5 311 152 Kč. Obec získala dotace od státu a Evropské unie v celkové výši 3 954 462 Kč. Z obecního rozpočtu tedy půjde suma 1 356 690 Kč. [30]

Tab. 2.2 Plánovaný rozpočet 2011

Plánované příjmy v r. 2011	+ 9 950 132 Kč
Plánované výdaje v r. 2011	- 8 124 512 Kč
Splátka úvěru v r. 2011	- 2 000 000 Kč
Zůstatek	2 061 974 Kč

zdroj: [30]

2.9.3 Politicko – právní prostředí

Obec se musí při své činnosti řídit zákony, vyhláškami a ustanoveními, která se týkají vedení, správy a povinně zveřejňovaných informací. Povinně zveřejňované informace jsou poskytovány podle vyhlášky č. 442/2006, která stanovuje strukturu informací, které jsou zveřejňovány o povinném subjektu dle § 5 odst. 1 a 2 zákona č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím. [24]

Obce se při svém výkonu řídí zákony jako např. zákon č. 367/1990 Sb. o obcích (obecní zřízení), zákon o obcích č. 128/200 Sb., zákon č. 152/1994 Sb. o volbách do zastupitelstev v obcích, zákon č. 40/1964 Sb. občanský zákoník, zákon č. 513/1991 Sb. obchodní zákoník, zákon č. 500/2004 Sb. o správním řízení, zákon č. 256/1992 Sb. o ochraně osobních údajů v informačních systémech, zákon č. 114/1992 Sb. o ochraně přírody a krajiny aj. [24]

2.9.4 Sociálně – kulturní prostředí

Obec Neplachovice je zřizovatelem Základní a Mateřské školy. Základní školu navštěvují žáci ze spádového obvodu tří obcí: Neplachovice, Holasovice a Brumovice (jen 2. stupeň). Školu navštěvuje celkem 214 studentů. [25]

Mateřská škola v obci je jednotřídní. Její kapacita činí 28 dětí. Obě tyto organizace se podílejí na kulturním životě v obci formou různých přehlídek a vystoupení. [25]

Každým rokem je v obci pořádáno mnoho kulturních akcí. Z plesů bych uvedla například Obecní ples, Zahrádkářský ples, Hasičský ples. Spíše pro mladší občany jsou pořádány různé zábavy jako například Krmášová zábava, Myslivecký večírek a Slavnost v zámeckém parku.

Pro sportovní vyžití slouží tenisové kurty, víceúčelové hřiště a zámecký park. Každoročně je obcí pořádáno nepřeberné množství turistických výšlapů, zájezdů, tenisových a jiných turnajů.

2.9.5 Přírodní prostředí

Obec je začleněna do projektu s názvem Veřejná prostranství mikroregionu Opavsko severozápad. Projekt řeší obnovu sedmi veřejných prostranství v pěti obcích Mikroregionu Opavsko severozápad – Velkých Heralticích, Neplachovicích, Hlavnici, Úvalně a Brumovicích. [30]

Hlavním záměrem projektu je tvorba prostorů s dostatečným množstvím zeleně, vybavené sportovním zařízením a mobiliářem, který mohou každodenně využívat dospělí, senioři i děti. Doba realizace tohoto projektu je stanovena od září roku 2008 do listopadu roku 2011. Celkové náklady činí 9 977 605 Kč a dotace dosahují částky 8 685 639 Kč. Tento rok, jak již bylo zmíněno v prostředí ekonomickém, se uskuteční rozsáhlá regenerace zámeckého parku. [30]

Obec Neplachovice se snaží pomalu rozšiřovat místa, která by sloužila občanům k odpočinku a k trávení volného času. Mezi nejatraktivnější místa patří neplachovský zámecký park, místní les a zalesněné okolí potoka Herličky.

2.9.6 Technologické prostředí

V únoru roku 2006 byla v obci zřízena elektronická podatelna obecního úřadu Neplachovice. Tato elektronická podatelna je určena pro příjem veškerých datových zpráv doručovaných obecnímu úřadu Neplachovice. [30]

Činnost Czech POINT byla zahájena na obecním úřadě dne 1. 11. 2009.

Mezi poskytované výstupy například patří výpis z obchodního rejstříku, výpis z rejstříků trestů, výpis z katastru nemovitostí, výpis z bodového hodnocení řidiče, výpis ze seznamu kvalifikovaných dodavatelů, výpis z insolventního rejstříku, atd. Hlavním cílem tohoto projektu je poskytovat občanům ověřené výpisy z centrálních evidencí, seznamů a rejstříků na jednom místě, aniž by občan musel navštívit několik různých úřadů státní správy. [30]

3 Teoretická východiska měření spokojenosti

Měření spokojenosti u zákazníků probíhá v rámci produktů či služeb. Tato kapitola je zaměřena obecně na spokojenost ve službách, konkrétně ve službách veřejné správy. Nejprve popisují charakter a vlastnosti služeb, poté se zaměřují na marketing měst a obcí a nakonec charakterizují spokojenost a způsoby jejího měření.

3.1 Charakteristika služeb

Služba je činnost nehmátatelné povahy. Vyžaduje určitou interakci se zákazníkem nebo s jeho majetkem. Poskytnutím služby nedochází k převodu vlastnictví. Produkce služby může nebo nemusí být spojována s fyzickým produktem. [2]

Rozvoj služeb je podmíněn mnoha znaky. Mezi hlavní patří například růst příjmů, růst životního standardu, růst fondu volného času, změna životního stylu atd. [3]

3.1.1 Klasifikace služeb

Rozsáhlý sektor služeb můžeme rozdělit do několika kategorií. Konkrétně do tří odvětví[3,4]:

- ❖ Služby terciární-byly dříve vykonávány doma. Typickými zástupci této kategorie jsou služby stravovací a ubytovací, holičství a kadeřnictví, prádelny, čistírny, kosmetické služby, opravy oděvů, rukodělné a řemeslnické práce atd.
- ❖ Služby kvartérní-usnadňují a zefektivňují rozdělení práce. Můžeme zde zařadit dopravu, komunikaci, obchod, finance a správu.
- ❖ Služby kvintetní-mají hlavní rys v tom, že určitým způsobem mění a zdokonalují příjemce. Řadíme zde zdravotní péči, vzdělávání, rekreaci aj.

3.1.2 Vlastnosti služeb

Abychom rozlišili službu od zboží, existují k definování služby konkrétní vlastnosti. Mezi základní charakteristiky služeb patří *nehmotnost*, *neoddělitelnost*, *heterogenita*, *zničitelnost a vlastnictví*. [4]

Nehmotnost

Tato vlastnost je nejcharakterističtější. Službu si před zakoupením nemůžeme prohlédnout, ochutnat, dotknout se jí či poslechnout. Služby nelze vystavit. Díky tomu existuje u nabídky služeb větší míra nejistoty zákazníků při poskytování jednotlivých služeb. Proto se producenti snaží o co největší zhmotnění. Aby si zákazník udělal dobrý obrázek o firmě, musí se firma snažit zajistit dobrou lokalitu, mít kvalifikované zaměstnance, vhodné vybavení, komunikační materiály atd. [4,5]

Neoddělitelnost

Služby nelze oddělit od jejich poskytovatelů. Ať už jako poskytovatele myslíme stroje nebo lidi. Marketing služeb přispívá k vzájemné interakci mezi zákazníkem a producentem. [4,5]

Heterogenita

Tato vlastnost souvisí především se standardem kvality služby. Z tohoto důvodu se při poskytování služby nemusí vždy zákazníkovi dostat stejné kvality. Kvalita služby se dá jen obtížně řídit. [4,5]

Zničitelnost

Služby nelze skladovat pro pozdější využití. Důsledkem pro marketing je snaha sladit nabídku s poptávkou. Důležité je sladit kapacity producentů s reálným kupním potenciálem. Tento fakt utváří značnou flexibilitu cen služeb. Producent služby se může setkat jak s nadbytečnou, tak s nenaplněnou kapacitou. Například volná místa v letadle či restauraci. [4,5]

Nemožnost vlastnit službu

Službu vlastnit nelze. Tento fakt souvisí s nehmotností a zničitelností. Spotřebitel může většinou službu využívat jen po omezenou dobu. [4,5]

3.2 Charakteristika veřejných služeb

„Veřejnými službami se rozumí takový druh služeb, jejichž uživatelem (spotřebitelem) je veřejnost jako sociální subjekt. Veřejné služby jsou produkovány, poskytovány či regulovány orgány veřejné správy. Obecným cílem tohoto poskytování je, aby tyto služby uspokojovaly společenské potřeby při respektování principu subsidiarity.“¹

Veřejnou službu poskytuje orgán veřejné správy definovaný zákonem. Tyto služby nejsou účtovány žádnými poplatky, popřípadě uživatelé platí ceny, které jsou dotovány státem. Charakteristickým znakem je nemožnost vyloučit některé osoby nebo skupiny osob z možnosti tyto služby využívat. Spotřeba veřejných služeb je nedělitelná. [6]

Veřejné služby můžeme rozdělit na služby poskytované na centrální úrovni. Mezi tyto služby řadíme bezpečnost, obranu. Existují také veřejné služby poskytované na úrovni samospráv, mezi které patří například veřejná doprava, odvoz komunálního odpadu. [4,6]

Veřejné služby jsou financovány buďto ze státního rozpočtu, z rozpočtu samosprávných celků (obcí, krajů), z poplatků občanů a účelových fondů. [6]

Poskytování veřejných služeb můžeme rozdělit na dva odlišné přístupy. První přístup se nazývá nabízetelský, druhý přístup je založen na orientaci na zákazníka (občana).

Nabízetelský přístup je systém, ve kterém má hlavní úlohu instituce veřejné správy jako poskytovatel veřejných služeb. Tento systém se nedostatečně zaměřuje na poptávku občanů po jednotlivých službách. Instituce má dominantní postavení nad občanem. Bez ohledu na preference občanů autonomně rozhoduje o veřejných věcech.

Naopak *přístup orientovaný na zákazníka* (občana) se snaží naslouchat požadavkům občana, který poptává veřejné služby v určité kvalitě a kvantitě. [6]

¹ OCHRANA, František. *Veřejné služby, jejich poskytování, zadávání a hodnocení*. 1. vydání. Praha: Ekopress, s. r. o., 2007. 176 s. ISBN 80-86119-96-3.

3.2.1 Měření kvality veřejných služeb

Měření kvality veřejných služeb je dosti obtížné, ovšem obce by se měli o toto měření snažit. Výsledkem je nejen vytvoření norem kvality, ale i rozvoj samotné organizace a celkové kultury obce. Hodnocení kvality a kvantity poskytovaných služeb vede k zjištění, v jaké míře jsou s nimi příjemci spokojeni. Měření kvality služeb lze provést formou veřejných průzkumů. Výsledky poskytnou orientační body. Tyto body slouží k porovnávání kvality mezi různými producenty služeb. [6]

3.3 Marketing měst a obcí

3.3.1 Vznik marketingu měst a obcí

Ve světě se marketing měst a obcí rozšířil již v druhé polovině sedmdesátých let. Marketing měst a obcí je obor, který vznikl z velké části transformací firemního marketingu do sféry veřejné správy a územní samosprávy. V zahraničí se tento druh marketingu stal velice silným trendem, jelikož dochází ke konkurenčnímu boji mezi městy o turisty, podnikatele, občany a investory. [7,19]

Se vstupem České republiky do Evropské unie se tento konkurenční boj rozšířil i na území našeho státu. Představitelům menších obcí se může zdát, že se pro ně uplatňování marketingu nehodí. Rozpočty těchto obcí jsou většinou malé. Vedení obce se každý den snaží o to, aby se s penězi nakládalo co nejopatrněji. Ovšem kdyby se v těchto malých obcích začal uplatňovat marketing, mohlo by to vést k výraznému zlepšení v mnoha oblastech. Obec se může spojit s ostatními vedlejšími obcemi a vytvořit společnou strategii. [7,19]

Stále významnější roli hrají takzvané měkké lokalizační faktory, do kterých se řadí například kvalita životního prostředí, vzhled města, možnosti trávení volného času, nákupní příležitosti, možnosti vzdělávání, místní kulturní nabídka, bezpečnost, zeleň aj. Z faktu, že požadavky obyvatel stále rostou, musejí města a obce neustále přizpůsobovat a rozšiřovat svou nabídku. [12]

3.3.2 Kategorizace sídel z hlediska rozvojové perspektivy

Na základě mnoha analýz socioekonomických charakteristik s přihlédnutím k mikrogeografické poloze a možnostem rozvoje lze stanovit základní rozvojové kategorie obcí.

Sídla či obce lze kategorizovat do následujících kategorií [8]:

Hlavní rozvojová sídla v regionu

Sídla s rozhodující koncentrací socioekonomických aktivit a velkými rozvojovými možnostmi.

Rozvojová sídla

Tato sídla mají stabilizovaný počet obyvatel, možnost zaměstnání a disponují značnými rozvojovými předpoklady. Zahrnují se zde obce či města s rozvinutou výrobní nebo obslužnou sférou.

Venkovská rozvojová sídla

Do těchto sídel spadají sídla mírně rozvojová s obslužnou funkcí v zemědělském prostoru a také sídla potencionálně rozvojová se silnými rozvojovými šancemi a impulsy. Patří zde například sídla, která leží blízko dálnice nebo sídla z předměstské zóny většího města.

Stabilizovaná sídla

U těchto sídel se vyskytuje trvalý úbytek obyvatel, ale jsou zde určité rozvojové možnosti. Tyto sídla dělíme na čtyři odlišné podtypy.

Sídla stabilizovaná z hlediska zemědělské funkce a nezemědělská stabilizovaná sídla. Dalším typem jsou stabilizovaná sídla obytná, která mají vhodnou geografickou polohu a příznivou věkovou skladbu. Posledním typem je polyfunkční stabilizovaná sídla, které nabízejí bydlení, zaměstnání i rekreaci.

Stagnační sídla

Pro tato sídla je typická neexistující výrobní sféra, minimální rozvoj podnikatelských aktivit a trvalý úbytek obyvatelstva. Rozvojové šance jsou zde minimální.

Sídla perspektivně ohrožená zánikem funkce trvalého bydlení

Mezi charakteristické rysy tohoto sídla patří odlehlost od dopravních tras, absence vlastní výrobní sféry, nízký počet obyvatel, velmi nízký podíl dětské složky a vysoký podíl poproduktivní složky obyvatelstva. Tato skupina je tvořena dvěma základními typy sídel. První skupina zahrnuje sídla ohrožená zánikem trvalého bydlení bez vlastních rozvojových možností.

Do druhé skupiny patří sídla ohrožená zánikem trvalého bydlení, avšak s perspektivní rekreační funkcí. Zde je možná přeměna na rekreační sídla.

3.3.3 Marketingový mix obce

„Marketingový mix obce je soubor taktických nástrojů, který může management obce využít k přizpůsobení svého produktu, k jeho odlišení od produktů konkurence, k jeho ocenění, popřípadě zhodnocení. Využívá jej také k přiblížení produktu k segmentům tvořících jeho uživatele, k jeho propagaci. Slouží i k rozhodování o lidech, kteří produkt realizují, o materiálním prostředí, kde jsou jednotlivé prvky produktu nabízeny a dodávány a které je mnohdy součástí produktu obce. Marketingový mix obce pomáhá při výběru procesů, jejichž pomocí se produkt dostává k jednotlivým klientům, uživatelům a příjemcům.“²

V oblasti marketingu obce dochází k rozšíření čtyř nástrojů základního marketingového mixu, kterými jsou *produkt*, *cena*, *místo* a *propagace*, o další čtyři. Jedná se o nástroj *lidé*, *materiální prostředí*, *procesy* a *partnerství*. [7]

² JANEČKOVÁ, L.; VAŠTÍKOVÁ, M. *Marketing měst a obcí*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 1999. 178 s. ISBN 80-7169-750-8.

Produkt

Produktem obce nebo města je vše, co obec či město může nabídnout svým obyvatelům, návštěvníkům, podnikům a potencionálním investorům.

Produkt obce se liší od zboží a služeb například tím, že současně uspokojuje kolektivní i individuální potřeby. [7,9]

Cena

Mnohé služby, které poskytuje obec, jsou ze zákona bezplatné. Nejedná se ovšem o bezplatnost v pravém slova smyslu. Vždy jsou placeny ze zdrojů pocházejících z daní občanů, podniků nebo ze systému povinného pojištění. Obec dále poskytuje produkty, jejichž cena podléhá částečné nebo úplné regulaci a také produkty, u kterých cenu určuje sama obec. [7]

Distribuce

Podstatou distribuce je rozhodování o tom, jak se produkt dostane ke konečnému spotřebiteli. Důležité je zvolit vhodný distribuční kanál. Ten dělíme na přímý a nepřímý. O *přímý distribuční kanál* se jedná v případě, kdy si obec produkt nebo službu poskytuje sama. Jeho výhoda spočívá v lepší kontrole poskytovaných služeb a v okamžité zpětné vazbě od zákazníků.

Naopak o *nepřímém distribučním kanálu* hovoříme v případě, že obec svěří poskytování služby jiné soukromé či neziskové organizaci. Protože tyto organizace disponují specifickými zdroji vhodnými pro poskytování služeb, pak hlavní výhoda nepřímého distribučního kanálu spočívá ve vyšší efektivnosti. [7]

Materiální prostředí

Materiální prostředí obce je tvořeno přírodou, která obklopuje obec a také územním uspořádáním. Územním uspořádáním se myslí soubor budov, zařízení a jejich architektonické řešení.

Materiální prostředí dělíme na základní a periferní. Obě dvě prostředí se podílejí na vytváření image služby.

Základní prostředí je neodmyslitelné od poskytované služby. Jedná se o prostor a jeho vybavení, kde je služba poskytována. (chodby, čekárny, autobus MHD atd.) Tyto prostory ovlivňují zákazníka při rozhodování o koupi produktu nebo služby. *Periferní prostředí* dotváří dojem, který si zákazník utvoří ze základního prostředí. Příkladem mohou být formuláře, mapy města, jízdenka MHD, vstupenka do divadla, parkovací lístek. [7,9]

Komunikační mix

Obecná teorie marketingu uvádí čtyři nástroje komunikačního mixu: reklama a propagace, osobní prodej, podpora prodeje a public relations. V marketingu měst a obcí se uplatňování těchto nástrojů liší. Zejména z hlediska priorit v jejich efektivním užití v praxi. Uplatňovanými nástroji jsou [7,9]:

- ❖ Propagace a reklama - pomocí tohoto nástroje se obce a města mohou zviditelnit a prosadit své území. Tento nástroj konkrétně zahrnuje použití propagačních materiálů, které by měla mít každá obec kvalitně zpracovány. Mezi základní propagační materiály řadíme pohlednice, prospekty, brožury, mapy, studie, písemné informace, výroční zprávy, plakáty, nabídkové katalogy apod. V dnešní době se také šíří propagace obce pomocí internetu.
- ❖ Podpora prodeje - v obci je uplatňována především podpora přilákání zákazníků pomocí cenových slev. Tyto slevy mohou mít formu například nižšího nájemného v bytových i nebytových prostorách patřící obci.
- ❖ Osobní prodej - význam tohoto nástroje spočívá spíše v kladení důrazu na zodpovědný a profesionální přístup pracovníků městských, obecních úřadů a pracovníků pověřených prováděním státní správy v dané lokalitě.

- ❖ Public relations - působení public relations v obci není zaměřeno pouze na komunikaci navenek, ale také na komunikaci uvnitř městských a obecních úřadů. Výsledkem dobře vyvedeného public relations by měly být sympatie, porozumění a dobrá vůle všech zúčastněných.

Lidé

V problematice měst a obcí se tento prvek vztahuje především na zaměstnance a zákazníky obecního úřadu. [7]

Zásady managementu lidských zdrojů lze vyjádřit jako 4 K – *kontakt, komunikace, koordinace a kooperace*. To platí zejména o managementu obce, který se při poskytování produktů a plnění své úlohy garanta rozvoje obce neobejde bez partnerství s ostatními subjekty. [7]

Vedení obce může jednání obyvatel a návštěvníků ovlivňovat pouze nepřímo. Obec může například vydat obecní vyhlášky, zřídit městskou policii, trvat na dodržování zákonů, pečovat o kulturní instituce v obci, pečovat o vzdělání a o mimoškolní činnost. [7,9]

Procesy

Produkt, který je poskytován obcí, je dodáván určitým způsobem, procesem. Důležité je, aby zákazník byl spokojen nejen produktem nebo službou, ale i způsobem, jakým byla služba dodána. Procesy mohou být poskytovány přímo obecním úřadem, organizací, která byla obcí k tomuto účelu zřízena nebo soukromými organizacemi. [7]

Partnerství

Partnerství patří k jednomu z nejvýznamnějších prvků marketingového mixu. Vytvoření harmonické obce nedokáže zabezpečit pouze management, ale musí zde působit také spolupráce – partnerství mezi všemi subjekty tvořících produkt obce. Součástí marketingu vztahů je i zachování a rozvíjení dobrých vztahů se sousedními obcemi. [7]

3.4 Spokojenost zákazníka

3.4.1 Spokojenost zákazníka

Spokojenost závisí na přínosu produktu nebo služby v porovnání s očekáváním zákazníka. Pokud přínos dosáhne očekávání, je zákazník spokojen. Pokud je tomu ovšem naopak, zákazník je nespokojen. [5]

3.4.2 Hodnota pro zákazníka

Zákazník nakupuje produkt, službu, která mu poskytne nejvyšší získanou hodnotu. Získaná hodnota je rozdíl mezi celkovou hodnotou pro zákazníka a celkovými náklady. Prodávající musí nejprve odhadnout celkovou hodnotu a celkové náklady pro zákazníka z hlediska marketingové nabídky své i od konkurence, aby se mohl rozhodnout, jak jeho nabídka vyhovuje získané hodnotě pro zákazníka. [5]

3.4.3 Spokojený zákazník

Pro prodejce a poskytovatele služeb je dosti obtížné rozpoznat, ve vztahu k čemu člověk svoji spokojenost poměřuje. Kritéria každého jedince jsou určitým mixem racionálních a emocionálních úvah. Podíl jednotlivých stránek jde jen obtížně rozpoznat. Proto prodejci i poskytovatelé služeb předem s těmito stránkami počítají. Jedinci nejčastěji svou míru spokojenosti poměřují podle následujících kritérií[12]:

- ❖ Ve vztahu k vlastním očekáváním, která jsou se službou spojena – zákazník neví, jak bude služba či výrobek přesně vypadat, proto se spíše upíná na svou představu, očekávání.
- ❖ Ve vztahu k předchozím zkušenostem – zákazníkova předešlá zkušenost se službou, má vliv na další nákupní chování. Jestliže má zákazník pozitivní předešlé zkušenosti, bude se dále vracet. Naopak, zda prožil negativní zkušenost s poskytováním služeb, obrátí se na jiného poskytovatele. Proto je důležité zjistit, jaká ta zkušenost byla, aby mohl prodejce zákazníkovi nabídnout službu, se kterou bude spokojen.
- ❖ Ve vztahu k ceně – obecně se dá říci, že s rostoucí cenou služby roste i kvalita. Lidé si často myslí, že lze pořídit skutečně kvalitní věci a služby za nízké ceny. Toto je ale ve většině případů nereálné a často dochází k nespokojenosti zákazníka.

- ❖ Ve vztahu k všeobecným a všeobecně uznávaným normám, standardům či předpisům – zákazník očekává něco, co je pro něho samozřejmé. Každý člověk je součástí mnoha sociálních skupin. Všechny skupiny mají své hodnoty, sociální normy, standardy nebo předpisy, které jedinec chce nebo musí respektovat. Proto je důležité, aby se prodejce do jedince uměl vcítit a nabídnul mu takovou službu, která povede k jeho spokojenosti.
- ❖ Ve vztahu k uspokojení momentálních, krátkodobých či dlouhodobých potřeb – uspokojování těchto potřeb vede zákazníka ke koupi služby či produktu.
- ❖ Ve vztahu k určitému problému, zda nabídne jeho řešení – pokud služba vyřeší problém, se kterým se potýká zákazník, spokojenost jedince vzroste.

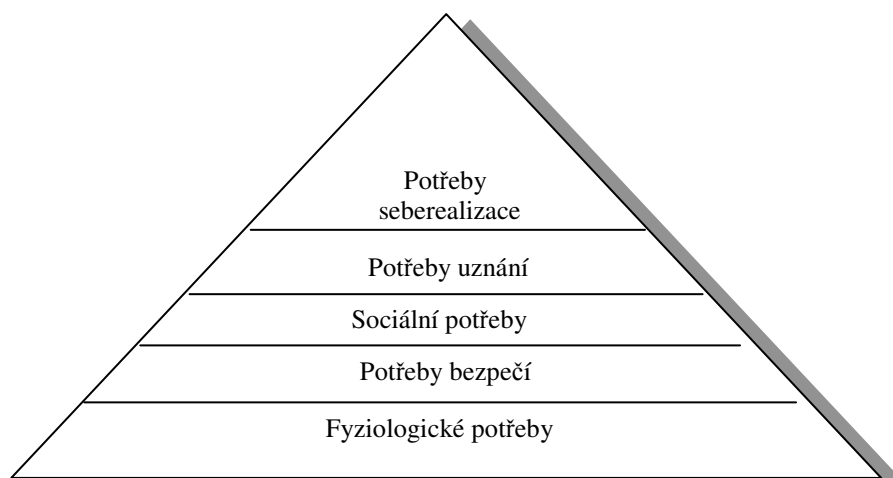
3.4.4 Maslowova pyramida potřeb

Abraham Maslow vytvořil teorii pyramidy potřeb. Tato pyramida řadí jednotlivé potřeby člověka podle toho, jak na sebe navazují. Maslowova pyramida potřeb je založena na dvou hlavních předpokladech [12]:

- ❖ Člověk je stále nespokojený a jeho potřeby se odvíjejí od toho co již vlastní. Uspokojená potřeba není již motivátorem. Tento fakt vytváří stále nové prostory pro hledání a vytváření dalších možností uspokojení potřeb člověka.
- ❖ Potřeby člověka lze seřadit do hierarchie. Grafickým znázorněním je pyramida. Jestliže je nižší potřeba uspokojena, objeví se další, obvykle zajišťující vyšší stupeň kvality života.

Maslowova pyramida je dosti často používána při analýze spotřebitele a jeho chování. Je založena na tom, že každý člověk má konkrétní potřeby, které nejsou uspokojeny. Proto je vždy člověk nespokojen se svou momentální situací. Uspokojením potřeb nižších vede k potřebám vyšším, které jsou ovšem náročnější na uspokojení. [12,13]

Obr. 3.1 Maslowova hierarchie potřeb



Zdroj: [12], autorem upraveno

Na nejnižším stupni Maslowovy pyramidy se nacházejí základní fyziologické potřeby, mezi které řadíme příjem tekutin a potravy, spánek, sex, dýchání, teplo aj. Tyto potřeby musejí být uspokojeny nejdříve, aby člověk byl v určité jistotě (základní kupní motiv). Pyramida je založena na tom, že nejdříve musí být uspokojeny potřeby nižší, aby mohl člověk dojít k uspokojení potřeb vyšších. [12]

3.4.5 Základní principy péče o zákazníky

Existuje několik principů, jak se chovat k zákazníkovi, aby bylo dosaženo jeho spokojenosti. Principy jsou následující [14]:

- ❖ Otevřenost – pokud zákazník otevřeně hovoří s poskytovatelem služby o své potřebě, dojde k vzájemnému porozumění, poskytovatel vyhová přání zákazníka a vznikne spokojenost na obou stranách. Tato vzájemná otevřenost zákazníka a dodavatele služby je základem k dlouhodobému partnerství.
- ❖ Proaktivita – pro dodavatele je snazší čekat na podněty od zákazníka. Zákazníkem je ovšem více ceněno, pokud poskytovatel odhalí předem, co zákazníka trápí a co asi očekává.

Platí zde pravidlo prvního kontaktu dodavatelem. Pokud se vyskytne jakákoliv

objektivní věc mezi dodavatelem a zákazníkem, obrací se dodavatel na zákazníka jako první.

- ❖ Férovost – jestliže se u dodavatele vyskytne situace, ze které by mohl těžit jen on sám, měl by být férový a tuto možnost zamítnout. Dodržení této zásady u obou stran by mělo vést k vzájemné důvěře.
- ❖ Znalost zákazníka – velmi důležitým principem je dokonalá znalost zákazníka.

3.4.6 Výzkum spokojenosti zákazníka

Spokojenost zákazníka teoreticky vychází z teorie rozporu. Teorie rozporu spočívá v tom, že si zákazník utvoří představu o charakteristikách výrobku (služby) a následně tuto představu porovnává s charakteristikami výrobku (služby) po koupi. Jestliže skutečnost předčila očekávání, pak je zákazník spokojen. Pokud však zkušenost nedosáhla očekávání, dochází k nespokojenosti zákazníka. Působí zde vliv času, respektive opakovaná spokojenost či nespokojenost. [1]

Pro měření spokojenosti zákazníka se používá index spokojenosti zákazníka (EC SI). Evropský model spokojenosti zákazníka se provádí určením sedmi hypotetických proměnných, z nichž každá proměnná je vymezena počtem měřitelných proměnných [1]:

Image

Hypotetická proměnná vztahující se k produktu (službě), značce, firmě. Představuje bod, který zahajuje analýzu spokojenosti zákazníka.

Očekávání zákazníka

Tato proměnná se vztahuje k očekávání produktu (služby) samotným zákazníkem. Očekávání je výsledkem propagace a předešlých zkušeností. Má přímý vliv na spokojenost zákazníka.

Vnímání kvality zákazníkem

Týká se produktu (služby) a také doprovodných služeb (servis, popis výrobku – služby, předvedení, kvalita personálu, otevírací doba atd.).

Vnímání hodnoty

Tato proměnná je spojena s cenou výrobků (služby) a očekávanou kvalitou. Vyjadřuje se poměr ceny a vnímané kvality.

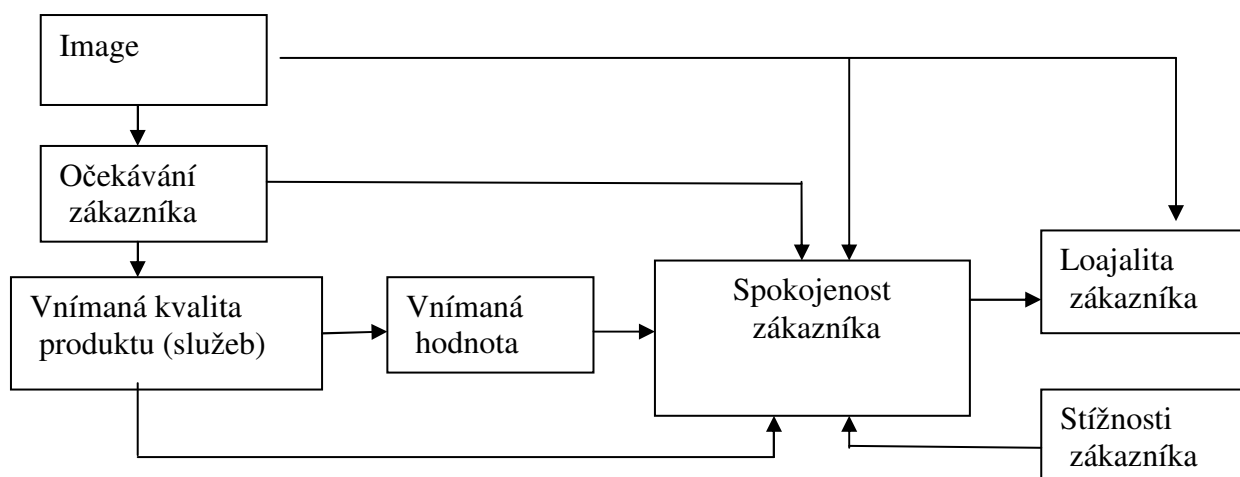
Stížnosti zákazníka

Důsledek porovnání výkonu a očekávání. Stížnosti vznikají v případě negativní neshody očekávání.

Loajalita (věrnost) zákazníka

Tvorba v případě pozitivní neshody. Projevuje se opakovanými nákupy a cenovou tolerancí.

Obr. 3.2 Vztahy mezi hypotetickými proměnnými



Zdroj: [1], autorem upraveno

3.4.7 Metody pro zjišťování poptávky po veřejných službách

Ke zjištění potřeb občana je nutné mít dostatek informací o jeho názorech a postojích k veřejným službám. K získání potřebných informací se využívají různé metody.

3.4.8 Metody rozhovoru

Pro získání potřebných informací jsou vhodné různé formy metody rozhovoru. K těmto formám řadíme [6]:

- ❖ *Metoda řízeného rozhovoru* – smyslem rozhovoru je získat od občanů informace o jejich spokojenosti s poskytovanými službami, jejich preference a také zjistit jejich poptávku po veřejných službách. Osoba, která je pověřena sběrem údajů, musí nejdříve definovat okruh dotazovaných, stanovit cíle rozhovoru a sepsat základní otázky.

Při samotném rozhovoru pověřená osoba klade otázky v předem stanoveném pořadí a zapisuje odpovědi do připraveného formuláře. Na základě získaných informací vypracuje hodnotící zprávu.

- ❖ *Metoda otevřeného rozhovoru* – tato forma rozhovoru je volena především tehdy, jestliže v řízení samosprávy existují určitá neověřená obecná tvrzení (hypotézy) o existujícím stavu v poskytování veřejných služeb. Tyto hypotézy mohou být ověřeny nebo naopak vyvráceny.

V této metodě se vytipuje okruh dotazovaných občanů, s ohledem na hypotézy se definují otázky a s občanem se hovoří přímo o problému.

- ❖ *Metoda skrytého rozhovoru* – tato metoda je využívána tehdy, jestliže v obci dochází k jevu, nazvaném krize důvěry. Občané nejsou spokojeni se současným stavem, ale oficiálně své názory nechtějí vyjadřovat. Při použití tohoto rozhovoru, nesmí pověřená osoba patřit mezi lidi, ke kterým nemají občané důvěru. Rozhovor je veden neformálně, na veřejných místech, pověřená osoba si získané informace zaznamenává do formuláře v soukromí.

- ❖ *Metoda standardizovaného rozhovoru* – u této metody nejprve dochází k definování cíle rozhovoru a s ohledem na ně je provedena rozvaha o klíčových otázkách. Klíčové otázky jsou poté formulovány do možných odpovědí do formuláře, který připomíná dotazník. Po výběru respondentů dochází k samotnému rozhovoru, u kterého se čtou

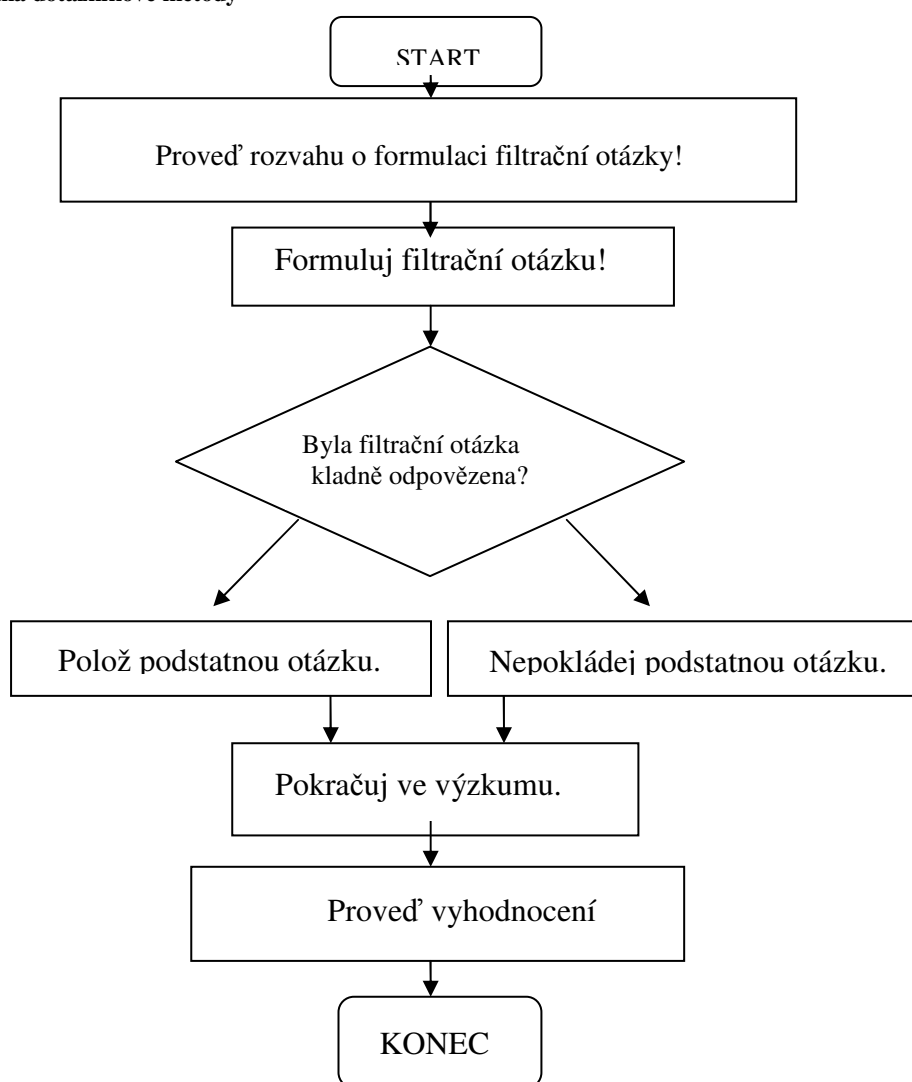
dotazovanému otázky a do formuláře se zaznamenávají odpovědi. Výhodou metody je, že získané odpovědi se mohou vyhodnotit statisticky.

- ❖ *Metoda panelového rozhovoru* – jde o rozhovor, který se opakuje u stejného souboru respondentů. Po jistém časovém odstupu respondenti odpovídají na ty samé otázky. Tato forma má zjistit, jestli se změnil postoj občanů po zavedení opatření ze zjištění výzkumu prvního.
- ❖ *Metoda skupinového rozhovoru* – tuto metodu je vhodné použít, jestliže se má zabezpečit druh veřejné služby pro blíže specifikovanou skupinu občanů. Tato skupina se vyznačuje homogenností (senioři, členové zájmové skupiny). Jako první se identifikuje poptávka po určité veřejné službě, respektive po jejích změnách v kvalitě, rozsahu apod. Poté se určí složení skupiny a cíle rozhovoru. Průběh rozhovoru je zaznamenáván do formuláře a následně vyhodnocen. Výsledky jsou uvedeny ve formě návrhů a doporučení na změny.

3.4.9 Dotazníková metoda

Dotazníková metoda slouží ke zjišťování poptávky po veřejných službách a ke zjišťování spokojenosti s jejich poskytováním. V této metodě je používán dotazník, který obsahuje patřičné otázky. Dotazník vyplňuje samotný občan. Dotazníkem jsou získána prvotní data, která se zpracovávají matematicko-statistickými metodami. [6]

Obr. 3.3 Schéma dotazníkové metody



Zdroj: [6], autorem upraveno

Mezi hlavní výhody dotazníkového šetření patří, že sběr dat lze získat v relativně krátkém čase a s relativně malými náklady. K nedostatkům můžeme zařadit fakt, že někteří respondenti vyplní dotazník nedbale, povrchně a neúplně. [6]

3.4.10 Deskriptivní metoda

Deskriptivní metoda je založena na volném popisu vybraného problému ze strany uživatelů veřejných služeb. Používá se zejména při řešení konfliktních situací, které se promítají do mezilidských vztahů. Nejprve je definován problém a jsou stanoveny otázky, které se vztahují k danému problému. Otázky jsou uvedeny na samostatném listu papíru a každý občan se k jednotlivým otázkám písemně vyjadřuje. Výhodou deskriptivní metody je, že umožňuje poznat individuální postoje a názory občanů. [6]

3.4.11 Měření úrovně spokojenosti občanů s poskytovanými veřejnými službami

Hlavním cílem poptávkového systému veřejných služeb je maximalizace uspokojení občana.

V prvním kroku měření úrovně spokojenosti musíme stanovit hodnotící kritéria (atributy dané veřejné služby). Ideální jsou měřitelná kritéria (kvantitativní). Kritéria neměřitelná, kupříkladu péče o zeleň, transformujeme na kritéria kvantitativní pomocí stupnice. Stupnice bude například obsahovat bodování od 1-10, kdy 10 vyjadřuje největší spokojenost a 1 nejmenší. Občané v dotazníku poté hodnotí svůj postoj a spokojenost s konkrétními veřejnými službami. Na základě zjištěných údajů můžeme zjistit průměrné hodnocení jednotlivých kritérií. [6]

4 Metodika zpracování dat

Cílem výzkumu je analýza spokojenosti obyvatel se službami a zázemím obce Neplachovice. Tento výzkum je primární a probíhal ve dvou základních fázích. Fázi přípravné a realizační.

Ve fázi přípravné byl definován problém a cíl výzkumu, stanoveny hypotézy, určeny metody výzkumu a jeho plán. Ke konci přípravné fáze byl sestaven časový harmonogram a rozepsány náklady na tento výzkum.

Fáze realizační obsahuje sběr, následné zpracování a analýzu shromážděných dat.

4.1 Fáze přípravná

Problém a cíl výzkumu

Pokud chce obec růst a dobře fungovat musí se stále zabývat problematikou spokojenosti občanů s poskytovanými službami obce. Obec Neplachovice není v tomhle výjimkou. Vedení obce se stále snaží rozšiřovat a vylepšovat škálu poskytovaných služeb, aby docházelo k uspokojování potřeb obyvatel. Proto budu realizovat tento výzkum, kterým chci zjistit, s čím jsou občané v obci spokojeni a co by na druhou stranu vylepšili, změnili.

Cílem výzkumu je tedy analýza spokojenosti obyvatel s vybranými službami a zázemím obce. Na základě výsledků výzkumu se pokusím navrhnout vhodná opatření a návrhy, které by měly vést ke zlepšení poskytovaných služeb obcí občanům.

Vybrané oblasti služeb a definované hypotézy

Výzkum spokojenosti se zaměřuje na tyto oblasti obce:

Spokojenost s kulturou a sportovními akcemi.

Spokojenost s poskytovanými technickými službami.

Spokojenost s dopravní obslužností obce.

Spokojenost se zdravotními službami.

Spokojenost se službami obecního úřadu.

Stanovené hypotézy:

Hypotéza č. 1: Zájem o informovanost ohledně obce stoupá se vzděláním občanů.

Hypotéza č. 2: Ženy jsou více spokojeny/spíše spokojeny s celkovým životem v obci nežli muži.

Hypotéza č. 3: V oblasti technických služeb je nejmenší spokojenost se svozem tříděného odpadu.

Hypotéza č. 4: Lidé zabývající se aktivně o dění v obci čerpají nejvíce ze Zpravodaje.

Plán výzkumu

Pro účely výzkumu byla použita metodika zpracování dat pomocí písemného a osobního dotazování. Pro tuto práci jsem si zvolila techniku vhodného úsudku. Základním souborem pro výzkum bylo 934 obyvatel obce Neplachovice. Velikost výběrového souboru činila 100 obyvatel.

Tvorba dotazníku

Dotazník se skládá z celkem 19 otázek. Na začátku dotazníku se respondentovi představuji a uvádím hlavní záměr tohoto dotazování. Samozřejmostí je zmínka o anonymnosti a poděkování za ochotu a čas. V poslední řadě vysvětlení použitých stupňů hodnocení. (1-velmi spokojen, 2-spokojen, 3-nespokojen, 4-velmi nespokojen, N-nevím, nemohu posoudit)

Dotazník obsahuje baterie, ve kterých dotazování hodnotí svou spokojenost s jednotlivými oblastmi. Dále jsou také součástí polozavřené otázky pro případ, že škála nabízených možností nebude dotazované osobě vyhovovat.

Ke konci dotazníku jsou umístěny baterie důležitosti a spokojenosti s jednotlivými oblastmi, které byly hodnoceny. Data z těchto dvou otázek posloužily k vyhodnocení poziční mapy. Na konci dotazníku respondenti odpovídali na identifikační otázky. Konkrétně věk, pohlaví, dokončené vzdělání, část obce a délku života v ní.

Náklady na výzkum

Cena jednoho dotazníku byla 1,50 Kč. Celkem bylo vytištěno 100 kusů dotazníků. Celkové náklady na tento výzkum činily 150 Kč.

Harmonogram prováděných činností

Tab. 4.1 Harmonogram

Činnost/měsíc	Listopad 2010	Prosinec 2010	Leden 2011	Únor 2011	Březen 2011	Duben 2011
Definování problému, cíle	X					
Sestavení dotazníku			X			
Pilotáž				X		
Sběr dat				X	X	
Analýza dat					X	X
Návrhy a doporučení						X

Zdroj: vlastní

4.2 Fáze realizační

Po stanovení cíle výzkumu, hypotéz, určení plánu výzkumu přichází na řadu samotná realizace sběru dat. Ve fázi realizační byla provedena pilotáž, sběr dat a zpracování údajů.

Pilotáž

Pilotáž byla provedena na začátku měsíce února mezi rodinnými příslušníky. Celkem bylo dotázáno 6 osob. Během dotazování byl nalezen nedostatek v otázce číslo 18. V této otázce respondenti uváděli jejich nejvyšší dokončené vzdělání. Dotazovanému chyběla možnost výběru vzdělání učňovského s maturitou. Tento nedostatek byl napraven a bylo spuštěno samotné dotazování.

Sběr dat

Samotný sběr dotazníků proběhl ve dnech 28. 2. 2011 – 13. 3. 2011. Data byla získána kvantitativním výzkumem, který byl prováděn písemným a osobním dotazováním respondentů prostřednictvím dotazníku. Písemný dotazník byl k dispozici na veřejných místech (lékárna, obecní úřad, praktický lékař). Z tohoto neosobního dotazování bylo získáno

20 dotazníků. Větší úspěšnost mělo osobní dotazování přímo v domácnostech občanů. Tímto způsobem bylo sesbíráno 78 dotazníků. Celkem bylo tedy získáno 98 dotazníků.

Zpracování údajů

Po sběru byly všechny dotazníky zkontrolovány. Největší pozornost byla kladena dotazníkům, které byly k dispozici na veřejných místech v obci. U těchto dotazníků nebyl respondent pod dohledem tazatele a mohlo dojít k nepochopení otázek. I přes tento fakt, se u dotazníků neobjevily chyby, kvůli kterým by musel být dotazník vyřazen. Zároveň s kontrolou proběhlo očíslování jednotlivých dotazníků. Kódování otázek a odpovědí již bylo provedeno v samotném dotazníku. Pro analýzu dat byl použit Microsoft Excel 2007. V programu byly vyhodnoceny jednotlivé otázky, provedeno třídění prvního, druhého stupně a vytvořeny tabulky a grafy.

5 Analýza spokojenosti obyvatel se službami obce

5.1 Struktura respondentů

Na konci dotazníku respondenti odpovídali na identifikační otázky. Uváděli zde, jak dlouho žijí v obci, pohlaví, věk, nejvyšší dosažené vzdělání a ve které části obce žijí. Celkem bylo dotázáno 98 obyvatel. Z tohoto souboru bylo 50 % mužů (49) a 50 % žen (49). Z obce Neplachovice bylo osloveno 84,7 % (83) respondentů, z části obce Neplachovice – Zadky 15,3 % (15) respondentů.

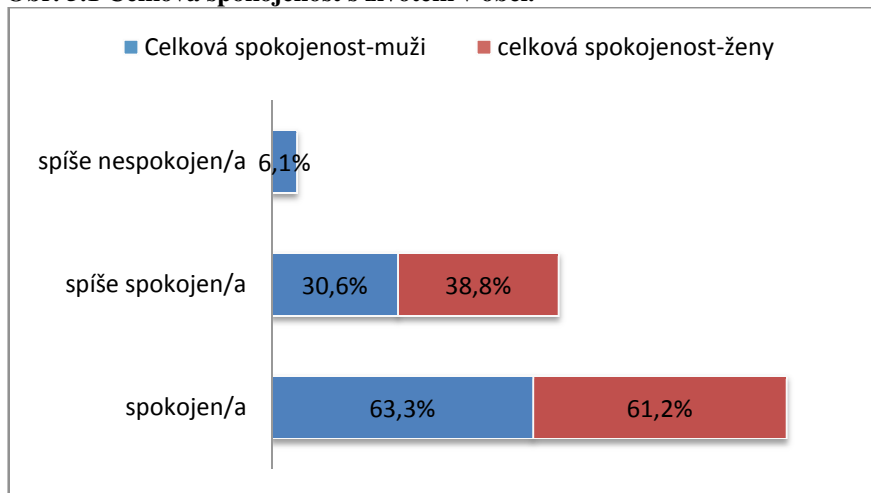
Podle věku byli respondenti rozděleni do pěti intervalů. V prvním intervalu do 18 let, se nacházelo 6,1 % (6) respondentů, nejvíce občanů odpovídalo v intervalu od 19 do 30 let, celkem 37,8 % (37). 29,6 % (29) obyvatel uvedlo svůj věk mezi intervalem 31 až 50 let, 17,3 % (17) respondentů se nacházelo ve věku 51 až 65 let. Věk 66 a více let mělo celkem 9,2 % (9) obyvatel.

Podle délky života v obci se respondenti dělili do tří skupin. 82,7 % (81) obyvatel v obci žije více než 15 let. 5 – 15 let uvedlo 9,2 % (9) respondentů a pod 5 let života v obci patří 8,2 % (8) občanů.

Poslední identifikační otázkou bylo nejvyšší dokončené vzdělání respondentů. 12,2 % (12) obyvatel mělo vzdělání základní. 26,5 % (26) uvedlo učňovské vzdělání bez maturity, 7,1 % (7) s maturitou. Nejvíce byla zastoupena kategorie středoškolské vzdělání s maturitou, kterou uvedlo 43,9 % (43) respondentů. S vysokoškolským nebo vyšším odborným vzděláním odpovídalo 10,2 % (10) občanů.

5.2 Celková spokojenost s životem v obci

Obr. 5.1 Celková spokojenost s životem v obci.



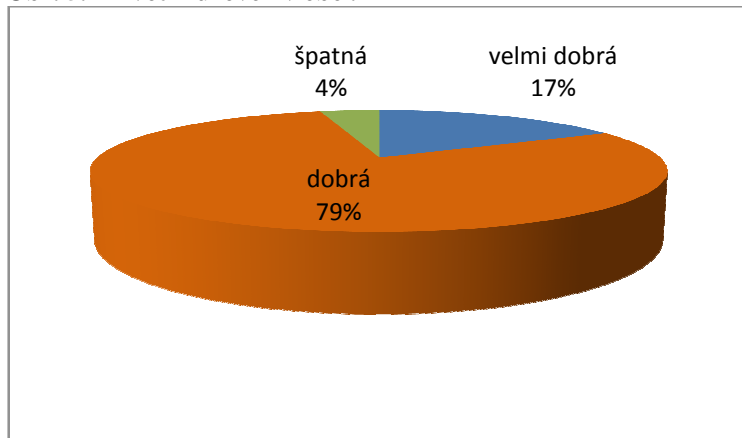
Zdroj: vlastní

Podle třídění druhého stupně dopadlo hodnocení lépe u žen. Pokud bychom sečetli hodnocení spokojen a spíše spokojen dojdeme k 100 % spokojenosti na straně žen. Naopak u mužů se našlo 6,1 % spíše nespokojených občanů.

5.3 Životní úroveň v obci

K otázce ohledně názoru na životní úroveň v obci se vyjádřili všichni respondenti. Zjištění je velice kladné. Celkem 78,6% (77) občanů sdílí názor, že je životní úroveň v obci dobrá, 17,3% (17) velmi dobrá a 4,1% (4) respondentů označilo životní úroveň jako špatnou. Možnost velmi špatná nebyla ani jednou volena.

Obr. 5.2 Životní úroveň v obci.



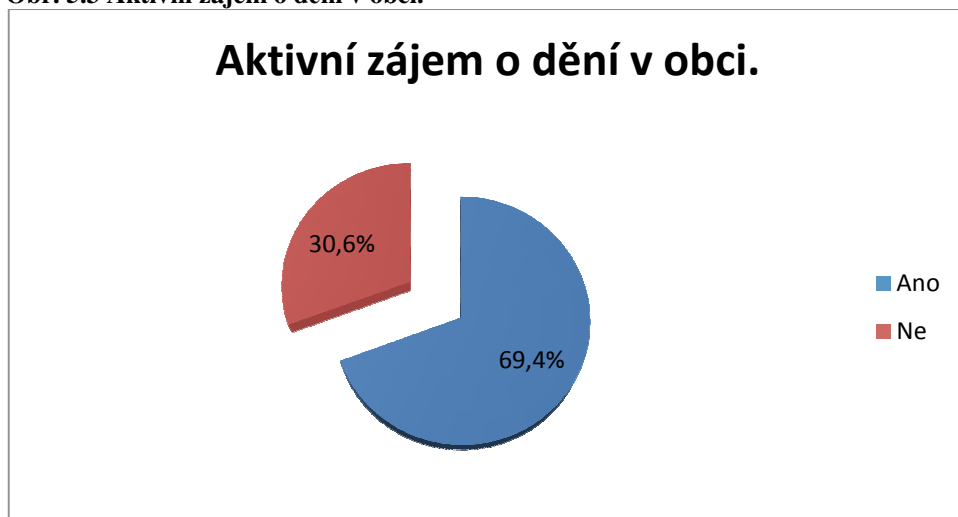
Zdroj: vlastní

5.4 Aktivní zájem o dění v obci

Tato otázka byla filtrační. Pokud respondent označil variantu ne (nezajímám se aktivně o dění v obci), přeskakoval otázku, ve které se konkrétně dotazovalo na zdroje sběru informací ohledně obce. Z otázky vyplynulo, že 69,4 % (68) respondentů se aktivně o dění obce zajímá. Respondentů, kteří se o dění v obci nezajímají je viditelně méně, celkem 30,6% (30).

Podle pohlaví překvapivě vyšlo stejné zastoupení v obou skupinách.

Obr. 5.3 Aktivní zájem o dění v obci.

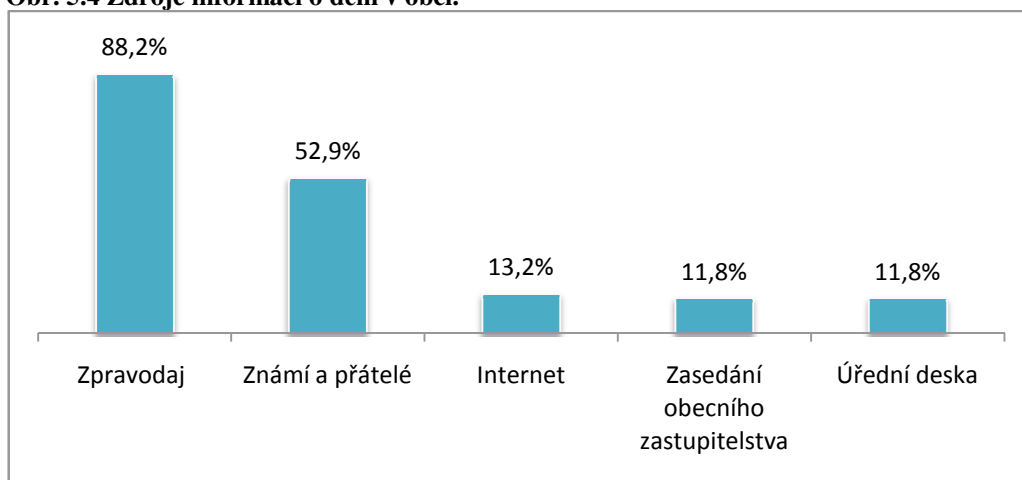


Zdroj: vlastní

5.5 Zdroje sběru informací o dění v obci

Z předešlé filtrační otázky je patrné, že se k této problematice vyjádřilo celkem 68 respondentů. V otázce bylo možno zaškrtnout více odpovědí a také připsat další zdroj získávání informací ohledně obce. To se však ani v jednom případě nestalo.

Obr. 5.4 Zdroje informací o dění v obci.



Zdroj: vlastní

Z grafu 5.4 je zcela jasné, že největším zdrojem pro občany je místní obecní Zpravodaj. Tuto formu využívá 88,2 % (60) občanů. Druhým nejvýznamnějším zdrojem jsou známí a přátelé s 52,9 % (36) odpovídajících. Internet, jako další zdroj informací, uvedlo 13,2 % (9) respondentů, úřední desku a zasedání obecního zastupitelstva využívá 11,8 % (8) obyvatel.

Zpravodaj je každý měsíc roznášen občanům do jejich schránek, výzkumem bylo potvrzeno, že je tato forma zdroje informací mezi občany nejpoužívanější. Internet, který má velká většina k dispozici, již tak dobře nedopadl. Také se ukázalo, že jen 8 respondentů navštěvuje zasedání obecního zastupitelstva, zřejmě je tato forma pro občany neatraktivní, důvodem by mohl být také nedostatek času pro osobní účast na zasedání.

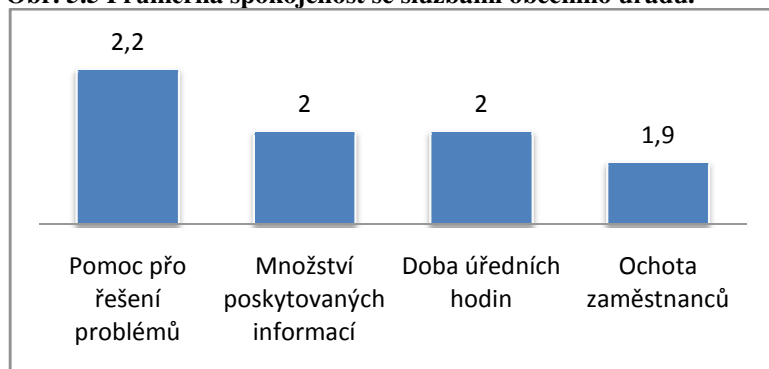
5.6 Spokojenost se službami obecního úřadu

Respondenti hodnotili svou spokojenost s faktory, které se týkají služeb obecního úřadu. Konkrétně dobu úředních hodin, ochotu zaměstnanců, pomoc při řešení problémů a množství poskytovaných informací.

V následujícím grafu 5.5 jsou zachyceny průměrná hodnocení občanů jednotlivých faktorů.

Respondenti hodnotili faktory hodnotami 1- 4. Hodnoty znamenaly následující: 1-velmi spokojen, 2-spokojen, 3-nespokojen, 4-velmi nespokojen, N- nemám zkušenost, nemohu posoudit. Z grafu je patrné, který faktor dopadl nejhůře. Průměrná spokojenost 2,2 u pomoci při řešení problému značí nějaký problém v komunikaci mezi zaměstnanci obecního úřadu a obyvateli.

Obr. 5.5 Průměrná spokojenost se službami obecního úřadu.



Zdroj: vlastní

a) Doba úředních hodin

Průměrná spokojenost s dobou úředních hodin je 2. Ke spokojenosti s dobou úředních hodin se vyjádřilo 85,7 % (84) respondentů. 14,3 % (14) respondentů nehodnotilo tento faktor. Dá se předpokládat, že obecní úřad příliš nebo vůbec nenavštěvují a tudíž se k tomuto faktoru nemohli vyjádřit. 20,4 % (20) uvedlo, že jsou velmi spokojeni s dobou úředních hodin, 45,9 % (45) občanů je spokojeno. Kdybychom sečetli hodnocení velmi spokojen a spokojen, dostaneme se k 66,3 % (65). Naopak nespokojených občanů je 17,3 % (17) a velmi nespokojených 2 %. Sečtením dostaneme 19,3 % (19) respondentů, kteří s dobou úředních hodin obecního úřadu spokojeni nejsou.

b) Ochota zaměstnanců

Průměrná spokojenost obyvatel s ochotou zaměstnanců je 1,9. K tomuto faktoru se nevyjádřilo 19,4 % (19) respondentů. Obdobně jako u prvního faktoru se dá předpokládat, že občané obecní úřad nenavštěvují a do kontaktu s pracovníky nepřišli. Na straně druhé se vyjádřilo 80,6 % (79) občanů. Z tohoto počtu se k hodnocení velmi spokojen přiklonilo 25,5 % (25) respondentů, spokojeno je 37,8 % (37) obyvatel. Sečtením dostáváme 63,3 % (62). Nespokojeno a velmi nespokojeno bylo celkem 17,3 % (17) obyvatel.

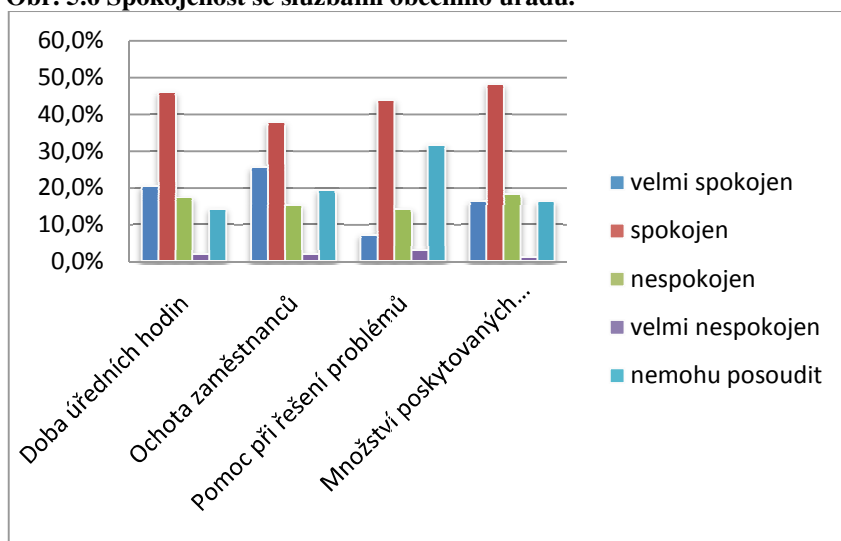
c) Pomoc při řešení problémů

Průměrná spokojenost respondentů, která se týká pomoci při řešení problémů, je 2,2. S touto zkušeností se setkala 68,4 % (67) respondentů. Z tohoto počtu bylo velmi spokojeno pouze 7,1 % (7) občanů, spokojeno 43,9 % (43). Svoji nespokojenost vyjádřilo 14,3 % (14) občanů, velmi nespokojeno bylo 3,1 % (3) respondentů.

d) Množství poskytovaných informací

Průměrná spokojenost s množstvím poskytovaných informací občanům je 2. Posledním hodnoceným faktorem bylo množství poskytovaných informací obecním úřadem. Velmi spokojeno bylo 16,3% (16) respondentů, spokojeno 48% (47). Na druhou stranu nespokojených občanů bylo 18,4 % a velmi nespokojeno 1 %.

Obr. 5.6 Spokojenost se službami obecního úřadu.



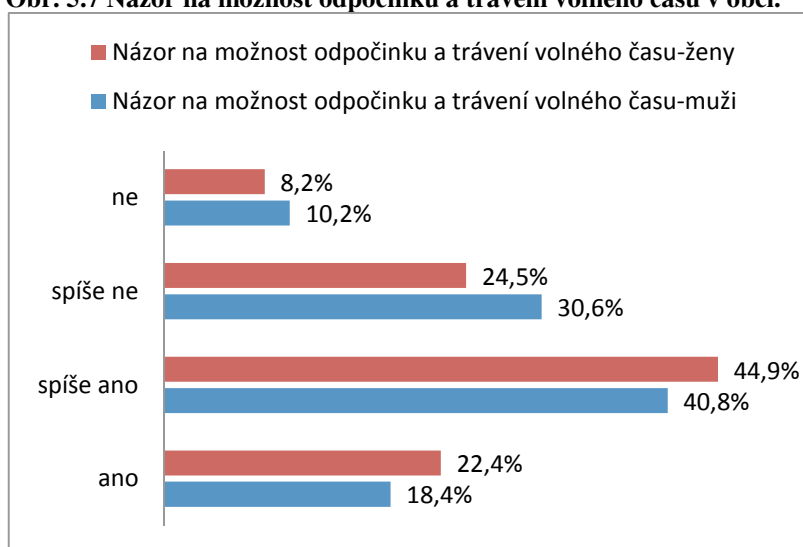
Zdroj: vlastní

5.7 Názor obyvatel na možnost trávení volného času a odpočinku

Na názor, jestli je v obci dostatek možností pro trávení volného času a odpočinku, odpovědělo všech 98 respondentů. 20 % (20) respondentů je názoru, že je v obci dostatek možností k odpočinku, 43 % (42) uvedlo spíše ano. Naopak 28 % (27) spíše ne a 9 % (9) je názoru, že možností k trávení volného času v obci není dostatečné množství.

Graf 5.7 zobrazuje názory podle pohlaví. Analýzou vyplynulo zjištění, že ženy jsou s možností trávení volného času a odpočinku více spokojeny nežli muži.

Obr. 5.7 Názor na možnost odpočinku a trávení volného času v obci.



Zdroj: vlastní

5.8 Vítané aktivity občanů od obce

V této otázce občané uváděli aktivity, které by uvítali od obce. Na výběr měli 8 možností, samozřejmě nechyběl prostor pro uvedení svého návrhu. Této možnosti využil pouze 1 respondent. Jeho vítaná aktivita se týkala opravy pozemních komunikací.

Obr. 5.8 Vítané aktivity od občanů obce.



Zdroj: vlastní

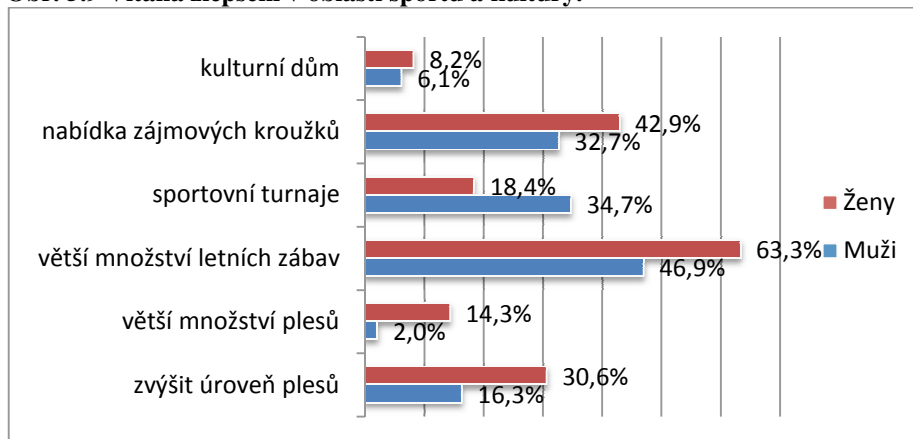
Touto otázkou bylo zjištěno, že obyvatelům obce stále něco chybí ke spokojenosti. Mezi tři nejvíce preferované aktivity občanů patřila oprava zámku a okolí, kterou by si přálo 67,3% (66) respondentů, poté nové odpočinkové zóny (40,8%) a opravy, budování chodníků (34,7%).

Každá nabízená možnost našla své respondenty. Tudíž, ze strany obce, je stále co budovat, vylepšovat a opravovat.

5.9 Zlepšení v oblasti sportu a kultury

Tato otázka měla zjistit, jaká zlepšení by občané uvítali v oblasti sportu a kultury. Respondenti měli opět možnost, pokud jim uvedený výběr nevyhovoval, uvést své návrhy. Této možnosti využilo celkem 7 respondentů, novým návrhem byl kulturní dům. Opět bych zdůraznila první tři zlepšení. Nejvíce uváděným se stal návrh většího množství letních zábav, který uvedlo 55,1 % (54) respondentů. Na druhém místě skončila větší nabídka zájmových kroužků, kterou by si přálo 37,8 % (37) občanů. Jako třetí nejvíce uváděné zlepšení bylo zvýšit množství sportovních turnajů. Tuto možnost označilo 26,5 % (26) respondentů.

Obr. 5.9 Vítaná zlepšení v oblasti sportu a kultury.

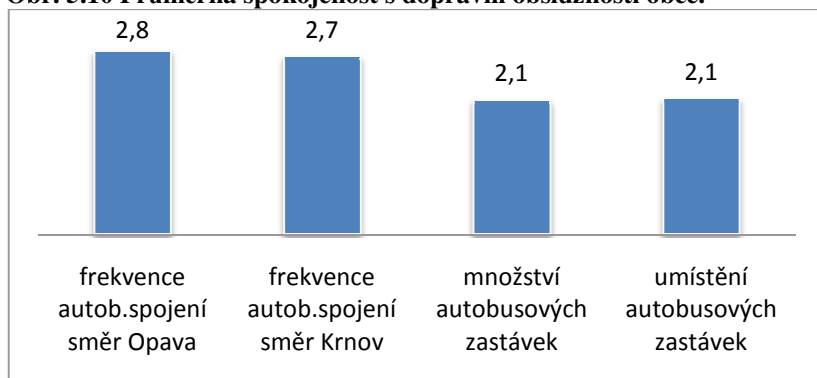


Zdroj: vlastní

Podle grafu 5.9 by ženy nejvíce upřednostnily větší množství letních zábav, nabídku zájmových kroužků a zvýšení úrovně plesů. U mužů se na prvním místě také objevil návrh většího množství letních zábav, druhé místo obsadily sportovní turnaje a také nabídka zájmových kroužků. Jde vidět, že občané chtějí žít kulturním a aktivním životem. K plné spokojenosti obyvatel je potřeba, aby se tyto aktivity v obci více rozvíjely.

5.10 Spokojenost obyvatel s dopravní obslužností obce

Obr. 5.10 Průměrná spokojenost s dopravní obslužností obce.



Zdroj: vlastní

Respondenti uváděli svou spokojenost s jednotlivými faktory, které se týkají dopravní obslužnosti obce (frekvence autobusového spojení směr Opava, směr Krnov, množství autobusových zastávek a umístění autobusových zastávek).

a) Frekvence autobusového spojení směr Opava

Z grafu průměrného hodnocení je vidět, že první hodnocený faktor (frekvence autobusového spojení směr Opava) dopadl nejhůře. Jeho průměrná známka je 2,8. Frekvenci autobusového spojení směr Opava celkem hodnotilo 76 respondentů. Velmi spokojeno s dopravou do Opavy je pouze 5,1% (5) respondentů, spokojeno pak 23,5% (23). K tomuto faktoru se občané vyjadřovali spíše negativně. 30,6% (30) obyvatel je s dopravním spojením do Opavy nespokojeno a 18,4% (18) dokonce velmi nespokojeno.

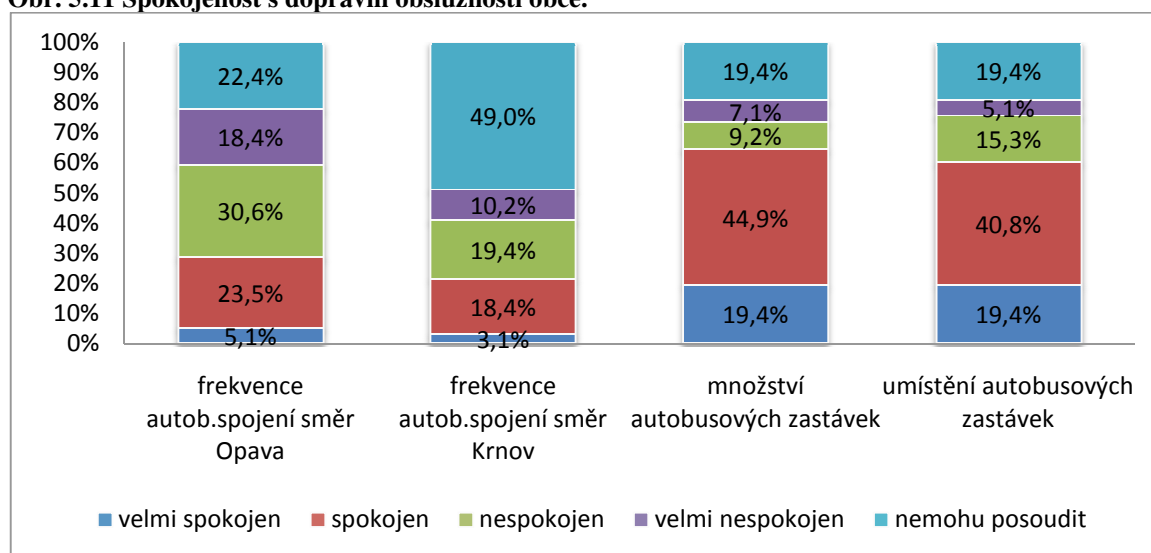
b) Frekvence autobusového spojení směr Krnov

Druhý hodnocený faktor, spokojení směr Krnov, hodnotilo pouze 50 respondentů. Tento fakt jsem očekávala, protože město Opava je přece jenom lukrativnější, více lidí zde dojíždí do práce, za zábavou a kulturou. Průměrná známka je 2,7. Po sečtení hodnocení velmi spokojen a spokojen, vyjádřilo svou spokojenost celkem 21,5% (21 respondentů). Naopak po sečtení hodnocení nespokojen, velmi nespokojen dostáváme hodnotu 29,6% (29). Opět, jako v prvním případě, převažuje spíše nespokojenost.

c) *Množství a umístění autobusových zastávek*

Třetí a čtvrtý faktor, se týkal množství a umístěných autobusových zastávek. V obci najdeme celkem tři autobusové zastávky. U obou faktorů lidé hodnotili průměrně známkou 2,1. Dalo by se říci, že je množství a umístění dostačující a občané jsou spokojeni.

Obr. 5.11 Spokojenost s dopravní obsluhností obce.

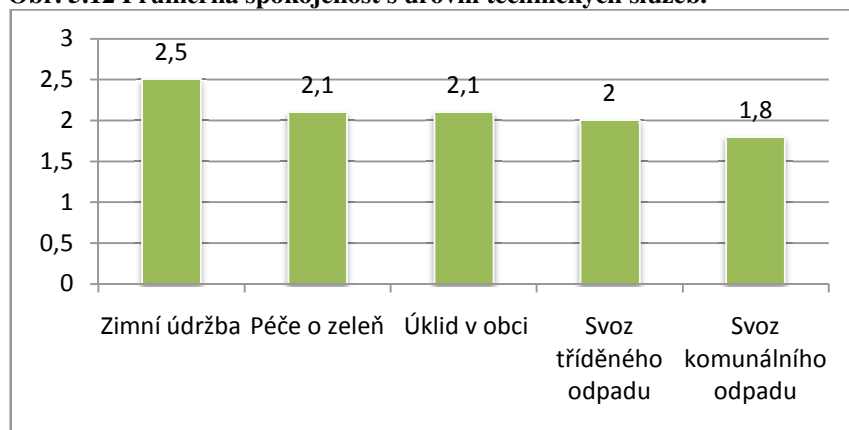


Zdroj: vlastní

5.11 Spokojenost s úrovní technických služeb

Respondenti vyjadřovali svou spokojenost s faktory, které spadají pod technické služby. Celkem bylo hodnoceno pět faktorů. Z grafu 5.12 můžeme vidět průměrnou spokojenost s jednotlivými službami. S průměrným hodnocením 2,5 dopadla nejhůře zimní údržba v obci.

Obr. 5.12 Průměrná spokojenost s úrovní technických služeb.



Zdroj: vlastní

a) Svoz komunálního odpadu

Nejlépe byl průměrně hodnocen svoz komunálního odpadu hodnotou 1,8.

Svoz komunálního odpadu hodnotilo celkem 88 respondentů, 10 občanů se k tomuto faktoru nevyjádřilo. Po sloučení hodnocení velmi spokojen, spokojen dojdeme k vysokému procentu 73,5 (73).

Nespokojeno bylo 16,3 % (16) respondentů. Možnost velmi nespokojen neoznačil ani jeden občan.

Převažující spokojenost občanů se nejspíše odvíjí od pravidelnosti poskytované služby.

b) Zimní údržba

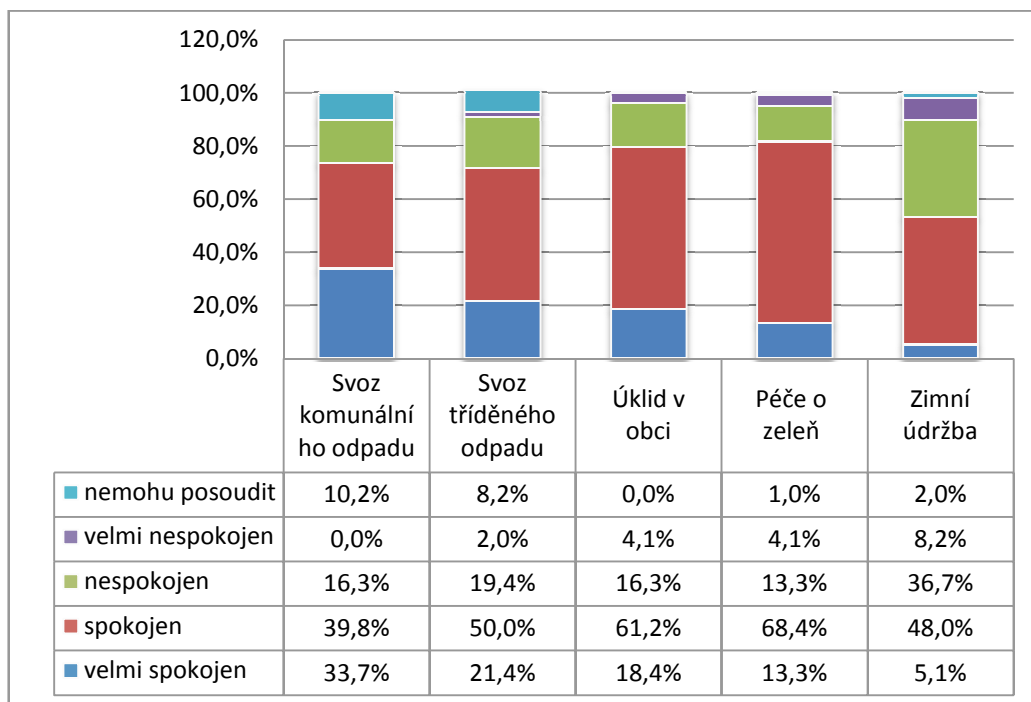
Naopak průměrně nejhůře hodnoceným faktorem s hodnotou 2,5 se stala zimní údržba obce. K zimní údržbě se vyjádřilo 96 respondentů. Pouze 2 občané nemohli posoudit tento faktor.

Nespokojenost s tímto faktorem je vysoká. 36,7 % (36) občanů je nespokojeno, dokonce 8,2 % (8) označilo hodnocení velmi nespokojen/a. Zjištěná nespokojenost bude nejspíše

zapříčiněna nedostatečnou údržbou chodníků, silnic a především slepých ulic v zimních měsících. Neodklizené chodníky, kluzké, místy skoro nesjízdné silnice, jsou v obci velkým problémem.

Výsledky ostatních služeb hodnocených v otázce jsou uvedeny v grafu 5.13.

Obr. 5.13 Spokojenost s úrovní technických služeb.



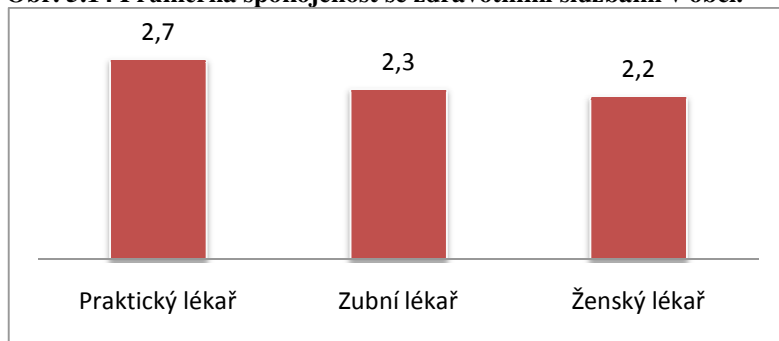
Zdroj: vlastní

5.12 Spokojenost se zdravotními službami v obci

V obci mohou lidé využívat služeb praktického, ženského a zubního lékaře. K hodnocení jednotlivých lékařů v obci se dostali pouze respondenti, kteří prošli přes filtrační otázku, zdali některého z lékařů navštěvují. Z počtu 98 respondentů, využívá služeb alespoň jednoho lékaře 65 občanů. (56,1%)

Spokojenost se službami praktického lékaře hodnotilo 55 respondentů, ženského lékaře 24 a lékaře zubního 32 občanů. Průměrná spokojenost je zachycena v grafu 5.14.

Obr. 5.14 Průměrná spokojenost se zdravotními službami v obci.



Zdroj: vlastní

Praktický lékař

Spokojenost se službami praktického lékaře dopadla nejhůř z již zmiňovaných. Průměrná spokojenost je 2,7. Tato hodnota se spíše naklání k nespokojenosti s tímto faktorem.

Velmi spokojeno je pouze 5,5 % (3), spokojenost 47,3 % (26) občanů. Svou nespokojenost uvedlo 20 % (11) respondentů a dokonce 27,3 % (15) občanů je velmi nespokojeno s obecním praktickým lékařem.

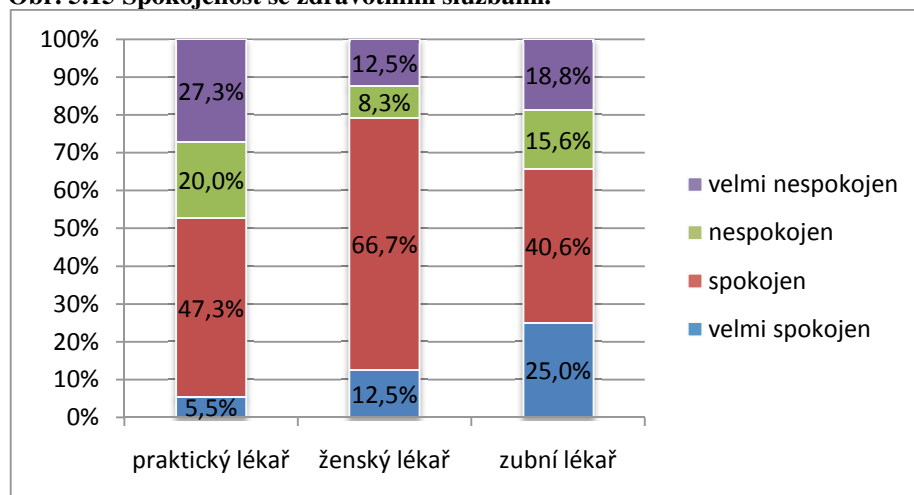
Ženský lékař

Celkem bylo dotazováno 49 žen, z toho počtu 24 žen využívá služeb ženského lékaře. Dá se předpokládat, že větší půlka žen preferuje spíše lékaře v nejbližším městě. Zde se dá konstatovat spokojenost. 66,7 % (16) respondentů uvedlo svou spokojenost.

Zubní lékař

Zubního lékaře navštěvuje 32 občanů. Průměrná spokojenost je 2,3. 25 % (8) respondentů uvedlo, že jsou velmi spokojeni. Spokojeno je 40,6 % (13) občanů. Sečtením hodnocení nespokojen a velmi nespokojen dostáváme procento 34,4 % (11). Tento údaj již není zanedbatelný, třetina občanů využívající zubního lékaře je nespokojena.

Obr. 5.15 Spokojenost se zdravotními službami.



Zdroj: vlastní

5.13 Vyhodnocení hypotéz

Hypotéza č. 1: Zájem o informovanost ohledně obce stoupá se vzděláním občanů.

Tato hypotéza se výzkumem **nepotvrdila**. Po provedení třídění 2. stupně podle dokončeného vzdělání byly zjištěny hodnoty, které tuto hypotézu vyvrátily. 67% respondentů se základním vzděláním se aktivně o dění v obci zajímá, lidé s učňovským vzděláním bez maturity se zajímají méně (58%), vyšší hodnota 71% byla zjištěna u občanů s učňovským vzděláním s maturitou. Stejně procento, jako u základního vzdělání (67%), bylo zjištěno u lidí se středoškolským vzděláním. U respondentů s vysokoškolským nebo vyšším odborným vzděláním se o dění v obci zajímají všichni, tedy 100%.

Hypotéza č. 2: Ženy jsou více spokojeny/spíše spokojeny s celkovým životem v obci nežli muži.

Druhá hypotéza byla výzkumem **potvrzena**. Po sečtení procent u vyjádření respondentů spokojen/spíše spokojen, bylo u žen zjištěno 100 %. Naopak u 6 % mužů se vyskytl také názor spíše nespokojen.

Hypotéza č. 3: V oblasti technických služeb je nejmenší spokojenost se svozem tříděného odpadu.

Tato hypotéza se **nepotvrdila**. Nejhůře hodnoceným faktorem z oblasti technických služeb se stala zimní údržba obce. Její průměrná spokojenost činí 2,5.

U svozu tříděného odpadu byla zjištěna průměrná spokojenost 2.

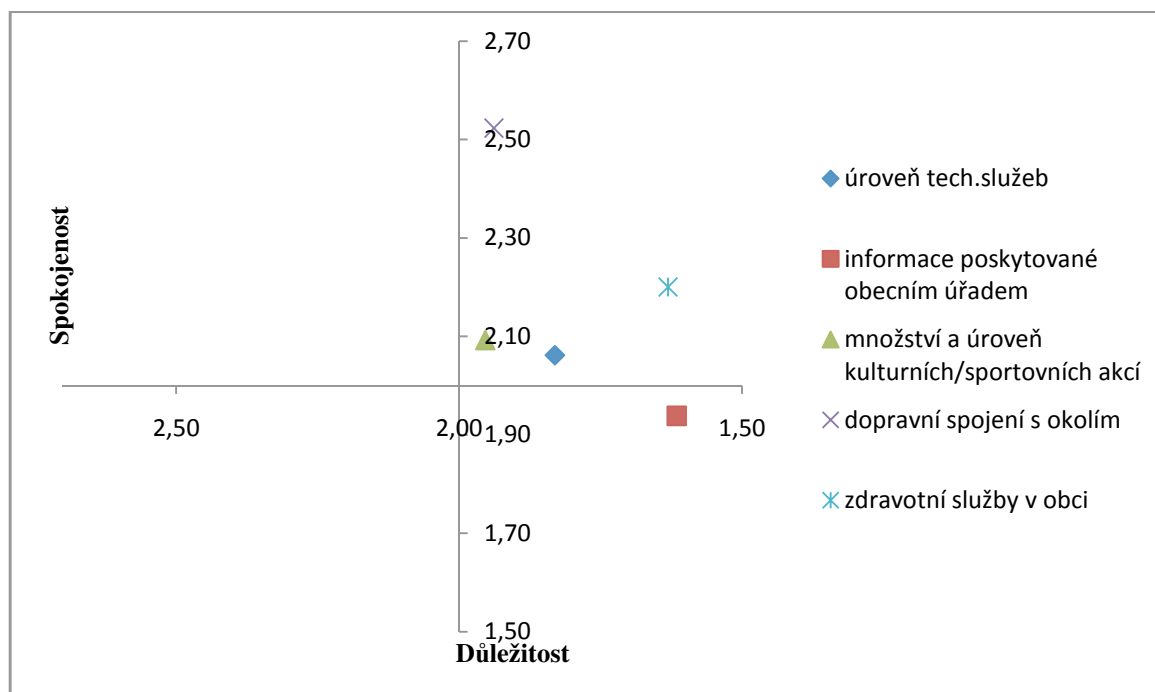
Hypotéza č. 4: Lidé zabývající se aktivně o dění v obci čerpají nejvíce ze zpravodaje.

Poslední hypotéza byla **potvrzena**. Nejvíce občanů, kteří se aktivně o dění v obci zajímá, čerpá z místního zpravodaje. Celkem 61,2%.

5.14 Poziční mapa

V dotazníku respondenti nehodnotili jen svou spokojenost s jednotlivými oblastmi služeb, ale také uváděli, jak jsou pro ně oblasti služeb důležité (významné). Pro správné vyhodnocení poziční mapy muselo být vyřazeno celkem 33 dotazníků. Tento počet odpovídá počtu respondentů, kteří nenavštěvují v obci žádného z lékařů, tudíž nemohli ohodnotit svou celkovou spokojenost se zdravotními službami. Poziční mapa je tedy sestavena z dat od 65 obyvatel.

Obr. 5.16 Poziční mapa



Zdroj: vlastní

V kvadrantu s nízkou spokojeností a relativně vysokou důležitostí se nacházejí hned 4 oblasti služeb. Nejhůře jsou na tom zdravotní služby v obci, které obyvatelé považují za velmi důležité, ale nejsou s nimi spokojeni. Dopravní spojení se již blíží kvadrantu s relativně nízkou důležitostí a nízkou spokojeností. Množství a úroveň kulturních/sportovních akcí a úroveň technických služeb se blíží kvadrantu s relativně vysokou důležitostí a vysokou spokojeností. Do tohoto kvadrantu pak přímo spadají informace poskytované obecním úřadem. Občané jim přiřkládají vcelku velkou důležitost a zároveň jsou s nimi spokojeni.

6 Návrhy a doporučení

Cílem této práce bylo změřit spokojenost obyvatel se službami a zázemím obce a na základě analýzy dat stanovit návrhy a doporučení, které by mohly vést k větší spokojenosti obyvatel.

Životní úroveň v obci je považována u 79 % obyvatel za dobrou, velmi dobrou uvedlo pouze 17 % respondentů, 4 % občanů ohodnotilo životní úroveň jako špatnou.

Celková spokojenost s životem v obci je dosti vysoká. 62,2 % občanů uvedlo svou spokojenost, 34,7 % obyvatel je spíše spokojeno. Pouze 3,1 % obyvatel je spíše nespokojeno.

Pro větší přehlednost jsou návrhy a doporučení rozděleny na jednotlivé části podle oblastí hodnocených služeb. Obsahují doporučení v oblasti poskytovaných služeb obecního úřadu, dopravní obslužnosti obce, technických služeb, zdravotních služeb, vítané aktivity občanů od obce a nakonec vítaná zlepšení v oblasti sportu a kultury.

Služby obecního úřadu

Faktory, kterými byla doba úředních hodin, ochota zaměstnanců, pomoc při řešení problémů, množství poskytovaných informací, byly občany hodnoceny spíše pozitivně. Nejhůře byla respondenty hodnocena pomoc při řešení problémů. Občané nemají zřejmě dobré zkušenosti s pomocí samotných zaměstnanců obce ohledně svých připomínek, návrhů či problémů. Proto bych navrhla, aby zaměstnanci obce změnili svůj dosavadní přístup k občanům. Měli by se snažit co nejvíce naslouchat, být vstřícní a ochotní ke každému občanovi, který navštíví obecní úřad s určitou záležitostí. Tento krok by mohl vést k celkové spokojenosti se službami obecního úřadu.

Pro dobré fungování celé obce by měla být ochota, vstřícnost a pomoc zaměstnanců občanům samozřejmostí. Vzájemná spolupráce a pomoc mezi vedením obce a obyvateli povede ke spokojenosti obou stran.

Výzkumem bylo zjištěno velké procento obyvatel, kteří k získávání informací o dění v obci využívají místní Zpravodaj. Proto bych obci doporučila setrvat v této činnosti,

nezanevřít a stále zdokonalovat úpravu a množství poskytovaných informací.

Pouze 13,2 % respondentů využívá internet jako zdroj informací o dění v obci. Hlavním důvodem tak malého využívání internetových stránek bude zřejmě nepřehlednost, neaktuálnost a složitost. Proto bych obci navrhla, aby se více soustředila na tento fakt a snažila se co nejdříve uvést stránky do přívětivější formy pro občany.

Dopravní obslužnost

Velký počet obyvatel dojíždí do práce či školy do okolních měst. Nejbližší jsou města Opava a Krnov. Respondenti hodnotili svou spokojenost škálou 1-4. (1-velmi spokojen, 2 - spokojen, 3- nespokojen, 4- velmi nespokojen) Průměrná spokojenost s dopravní obsluhností do Opavy byla 2,8, do města Krnov 2,7. Tato hodnota značí již nespokojenost.

K faktoru dopravní spojení směr Krnov se nemohla vyjádřit skoro polovina respondentů. Druhá polovina občanů, která do Krnova dojíždí, je spíše nespokojena. Množství autobusových linek je dosti omezené.

K dopravní obslužnosti směr Opava se vyjádřilo již více respondentů. Celkem 77,6 %. Vyšší procento je důvodem větší lukrativnosti Opavy v zaměstnání a vzdělávání. I v tomto případě se našlo velké množství respondentů, kteří jsou s tímto faktorem nespokojeni.

Výzkumem byl zjištěn fakt, že se v obci nachází mnoho občanů, kteří nejsou spokojeni s dopravním spojením do okolních měst. Posílení autobusových linek by spokojenost určitě pozvedlo, ovšem toto řešení by velkou měrou zatížilo obecní rozpočet. Navrhla bych obci, pokud tuto možnost zvýšení spokojenosti vezme v úvahu, aby provedla výzkum zaměřený pouze na spokojenost a návrhy v oblasti dopravního spojení obce. Tento výzkum by zjistil konkrétní nedostatky a přání respondentů. Na základě tohoto šetření by obec mohla zvážit, jestli je posílení autobusových linek tolik potřebné.

Faktory množství a umístění autobusových zastávek byly již občany hodnoceny kladněji. Proto bych navrhovala toto rozmístění a počet ponechat.

Spokojenost s úrovní technických služeb

V oblasti technických služeb byl nejlépe hodnocen svoz komunálního odpadu. Tato služba je občanům poskytována pravidelně každé pondělí dopoledne a občané jsou s ní spokojeni.

Naopak nejhůře byl hodnocen faktor zimní údržba v obci. Hlavní silnice jsou v zimě vcelku udržovány, za to vedlejší cesty, slepé ulice a chodníky jsou na tom rapidně hůře. Hodnocení úklidu v obci a péče o zeleň dopadlo lépe než zimní údržba v obci. Z průměrné spokojenosti obyvatel je vidět, že technická četa, která se o obec stará po celý rok, má nedostatky především v zimních měsících. Proto bych navrhovala, aby vedení obce technickou četou posílilo především v zimních měsících. Větší počet zaměstnanců by mohl vést k lepší údržbě a k následné spokojenosti obyvatel.

Zdravotní služby

Mezi hodnocené lékaře patřil praktický, ženský a zubní lékař. Nejnižší spokojenost byla zjištěna u praktického lékaře. Ovlivnit jednání lékařů není v kompetenci obecního úřadu. Tudíž je těžké dojít k jednoznačnému doporučení, které by spokojenost obyvatel zvýšilo.

Vítané aktivity občanů od obce

Respondenti měli v dotazníku možnost uvést, které aktivity by od obce uvítali. Mezi nejčastější aktivity patřila oprava zámku a okolí, nové odpočinkové zóny a opravy a budování chodníků.

Co se týče zámku a okolí, proběhne tento rok rozsáhlá regenerace zámeckého parku. Tato akce je dosti nákladná, většina výdajů bude profinancována Evropskou unií, zbytek částky hradí obec ze svého rozpočtu. Tato aktivita určitě povede k větší spokojenosti obyvatel.

Do budoucna bych obci navrhovala, aby se zaměřila na možnost dotací od Evropské unie, a snažila se opravit místní zámek. Oprava zámku bude jistě mnohamiliónovou

záležitostí. Povede ovšem ke zkrášlení vzhledu obce, přiláká turisty a zvýší spokojenost občanů.

Druhou nejvíce požadovanou aktivitou byly nové odpočinkové zóny. Tato aktivita již není pro obec tolik nákladná. Proto navrhuji, aby obec tuto variantu zvážila a popřípadě realizovala ještě tento rok.

Respondenti také často uváděli opravu a budování chodníků. Podle mého názoru má obec tuto činnost v plánu, z důvodu nákladnosti ovšem není možné, aby byly všechny chodníky opraveny najednou. Mým návrhem tedy je, aby se vedení obce zaměřilo nejprve na chodníky, které jsou nejvíce používány, aby se v nejbližším období spokojenost obyvatel zvýšila.

Vítaná zlepšení v oblasti sportu a kultury

Respondenti měli v dotazníku možnost výběru různých zlepšení v oblasti sportu a kultury. Také mohli uvést svůj vlastní návrh. Této možnosti využilo sedm občanů, kteří uvedli kulturní dům. Tento počet je velmi malý na to, abych kulturní dům zařadila do návrhů, které by se měly uskutečnit v nejbližší době. Ovšem jako podnět do budoucna může být toto zjištění užitečné.

Občané by si nejvíce přáli větší množství letních zábav. Z vlastní zkušenosti se k tomuto návrhu přidávám a doporučuji vedení obce, aby se nad tímto zjištěním zamyslela. Během celého roku proběhnou v obci maximálně dvě letní akce, což si myslím, že ke spokojenosti obyvatel nestačí. Tento faktor s náklady příliš spojen není, spíše chuť, čas a ochota akci zorganizovat.

Nabídka zájmových kroužků měla u respondentů také velké ohlasy. Nynější nabídka kroužků občanům nejspíš nevyhovuje. Ovšem opět jako v předešlém případě, musí existovat někdo, kdo kroužek povede a obětuje mu svůj čas. Navrhuji obci, aby například uvedla v místním Zpravodaji zprávu, zda by někdo z občanů neměl zájem vést určitý zájmový kroužek, jak pro děti, tak i dospělé. Třeba bude mít tento způsob úspěch, nabídka zájmových kroužků se zvětší a tím pádem se zvětší také spokojenost obyvatel.

Velké množství respondentů by si přálo více sportovních turnajů. Jelikož se v naší obci minulý rok otevřelo víceúčelové hřiště, navrhuji, aby se obec na tuto oblast zaměřila a poskytla občanům dostatečné množství nejrůznějších turnajů. Více než obec by se na tomto zlepšení nejspíše podílel TJ Sokol Neplachovice.

Další návrh se týkal místních plesů. Konkrétně jejich úrovně. Navrhuji, aby se této kulturní akce účastnili nejrůznější taneční skupiny, páry i jednotlivci. Program během večera by mohl vést k zvýšení celkové úrovně plesů.

7 Závěr

Mezi hlavní cíle vedení obce by určitě mělo patřit poskytování široké nabídky veřejných služeb občanům. Samozřejmě nezáleží pouze na kvantitě, ale také na kvalitě služeb, které obec svým občanům nabízí. To, jakým způsobem a v jaké kvalitě jsou služby poskytovány, má značný vliv na celkovou spokojenost s životem v dané obci. Proto je velmi důležité a potřebné výzkum v této oblasti realizovat, aby vedení obce mohlo z výsledků vycházet při další práci v oblasti poskytování veřejných služeb obyvatelům.

Cílem mé bakalářské práce bylo změřit spokojenost obyvatel se službami a zázemím obce Neplachovice. Tento cíl byl realizovaným výzkumem naplněn. Nástrojem pro sběr dat byl dotazník. Výzkum byl proveden pomocí písemného a osobního dotazování. Občané při oslovení a prosbě o vyplnění dotazníku byli velmi ochotni. Kladnému přístupu určitě pomohl také fakt, že Neplachovice jsou vcelku malou obcí, tudíž se skoro všichni obyvatelé navzájem znají. Proto byl pro mě samotný sběr dotazníků vcelku příjemnou záležitostí.

Po vyhodnocení získaných dat, byly zjištěny postoje a názory obyvatel k jednotlivým oblastem služeb poskytované obcí. Našly se oblasti, se kterými jsou občané spokojeni, ovšem také vyšly najevo nedostatky, které zapříčiňují nespokojenost občanů. Podle těchto závěrů byly na konci práce navrženy doporučení, která by mohla vést k lepší spokojenosti obyvatel se službami a zázemím obce.

Spokojenost občanů by pravděpodobně vzrostla, kdyby se zvýšilo množství dopravních spojů s okolními městy. Co se týká sportu a kultury v obci, občané by nejvíce uvítali větší množství zájmových kroužků, nejrůznějších sportovních turnajů a ke spokojenosti by také vedlo zvýšení celkové úrovně místních plesů. Z oblasti možnosti trávení volného času a odpočinku bylo nejvíce vítanou aktivitou od obce oprava zámku a okolí. Areál a samotný zámek je místem, kde si lidé chodí odpočinout a relaxovat. Ovšem nynější vzhled zámku tomuto místu moc neprospívá. Jeho oprava by byla určitě nákladnou investicí, proto bylo vedení obce doporučeno, aby tento fakt vzala na vědomí a snažila se získat na tento objekt dotaci od státu či Evropské unie. Nespokojenost byla také zjištěna v oblasti technických služeb. Nejvíce obyvatel je

nespokojeno se zimní údržbou silnic v obci. Návrhem pro tento problém bylo posílení technické čety v zimních měsících.

Pokud by se vedení obce na tyto zjištěné problémové oblasti zaměřilo, věřím, že by se spokojenost obyvatel se službami a zázemím obce zvýšila. Celková spokojenost s životem v obci a hodnocení životní úrovně dopadlo u občanů dobře. Vedení obce by ovšem na své obyvatele a jejich spokojenost nemělo zanevřít. Stále je co zdokonalovat, vylepšovat a nově nabízet.

Seznam použité literatury

Knihy

- 1) FORET, M. a STÁVKOVÁ, J. *Marketingový výzkum: Jak poznávat své zákazníky*. Praha: Grada Publishing, 2003. 180 s. ISBN 80-247-0385-8
- 2) PAYNE, Adrian. *Marketing služeb*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, s. r. o., 1996. 248 s. ISBN 80-7169-276-X
- 3) JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu*. 7. Vydání. Praha: Grada Publishing, 2009. 288 s. ISBN 978-80-247-3247-3
- 4) VAŠTÍKOVÁ, M. *Marketing služeb - efektivně a moderně*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. 232 s. ISBN 978-80-247-2721-9
- 5) KOTLER, P., WONG, V., SAUNDERS, J., ARMSTRONG, G. *Moderní marketing*. 4. evropské vyd. Praha: Grada Publishing, 2007. 1048 s., ISBN 978-80-247-1545-2
- 6) OCHRANA, František. *Veřejné služby, jejich poskytování, zadávání a hodnocení*. 1. vydání. Praha: Ekopress, s. r. o., 2007. 176 s. ISBN 80-86119-96-3
- 7) JANEČKOVÁ, L.; VAŠTÍKOVÁ, M. *Marketing měst a obcí*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 1999. 178 s. ISBN 80-7169-750-8
- 8) WOKOUN, G. MALINOVSKÝ, J. DAMBORSKÝ, M., BLAŽEK, J. a kolektiv. *Regionální rozvoj*. 1. vydání. Praha: Linde, 2008, 480 s. ISBN 978-80-7201-699-0
- 9) HÁLEK, Vítězslav. *Marketing obcí*. 1. vydání. Hradec Králové: Gaudeamus, 2008. 54 s. ISBN 978-80-7041-226-8
- 10) KOZEL, R. a kolektiv. *Moderní marketingový výzkum*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2006. 280 s. ISBN 80-247-0966-X

- 11) MALÝ, V. *Marketingový výzkum, teorie a praxe*. 2. vyd. Praha: VŠE - Oeconomica, 2008. 181 s. ISBN 978-80-245-1326-3
- 12) NOVÝ, I.; PETZOLD, J. *(NE)spokojený zákazník - náš cíl?!: Jak získat zákazníka špičkovými službami*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2006. 160 s. ISBN 80-247-1321-7
- 13) VYSEKALOVÁ, J. *Psychologie spotřebitele: jak zákazníci nakupují*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2004. 283 s. ISBN 80-247-0393-9
- 14) SPÁČIL, A. *Péče o zákazníky: Co od nás zákazník očekává a jak dosáhnout jeho spokojenosti*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2003. 116 s. ISBN 80-247-0514-1

Periodika

- 15) MARŠÁL, Zdeněk. City marketing: Komunikační eso v rukávu měst a obcí. *Fresh marketing*. 2010, 3., s. 16-21. ISSN 1801-4488
- 16) PETR, Kolman. Vybrané právní aspekty rady obce. *Moderní obec*. 2010, č.7, s. 36. ISSN 1211-0507

Internetové zdroje

- 17) *Obec Neplachovice* [online]. 2005 [cit. 2011-02-01]. Dostupné z WWW: <http://www.neplachovice.cz/historie/ds-5122/p1=3206>
- 18) *Neplachovice* [online]. [cit. 2011-02-01]. Dostupné z WWW: <http://www.obce-mesta.info/obec.php?id=Neplachovice-553158>
- 19) WIEDERMANN, Ladislav. *Www.mesto.goonline.cz* [online]. 2006 [2011-02-02]. Dostupné z WWW: <<http://mesto.goonline.cz/>>.
- 20) Mediafax. *Regiony24.cz : síť internetových novin* [online]. 10.3.2011 [2011-02-04]. Dostupné z WWW: <<http://opava.regiony24.cz/archiv/43-113471-prumerna-mzda-ve-4--ctvrtleti-realne-poklesla-o-1-2-procenta-na-25-803-kc>>.

- 21) *Http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/home* [online]. 18.3.2011 [cit. 2011-02-04]. Dostupné z WWW: <http://www.ostrava.czso.cz/xt/redakce.nsf/i/bilance_stavu_obyvatelstva_v_moravsko_slezkem_kraji_v_poslednim_desetileti>.
- 22) Časová řada-vybrané ukazatele za okres Opava. In *Časová řada-vybrané ukazatele za okres Opava* [online]. [s.l.] : [s.n.], 2009, 31.3.2011 [cit. 2011-02-05]. Dostupné z WWW: <<http://www.ostrava.czso.cz/csu/katalog.nsf/krajehledat?SearchView&count=20&searchorder=1&searchfuzzy=1&query=%28%28vybran%E9%20ukazatele%20za%20okres%20opava%29%29%20and%20%28FIELD%20DatabaseName%20CONTAINS%20xt%29&sr=kraj&sa=xt&database=all&kraje=all&skupiny=all&start=1>>.
- 23) Shrnutí základních tendencí sociálního a ekonomického vývoje Moravskoslezského kraje v roce 2010. In *Shrnutí základních tendencí sociálního a ekonomického vývoje Moravskoslezského kraje v roce 2010* [online]. [s.l.] : [s.n.], 2011, 18.4.2011 [cit. 2011-02-05]. Dostupné z WWW: <http://www.ostrava.czso.cz/xt/redakce.nsf/i/shrnuti_zakladnich_tendenci_socialniho_a_ekonomickeho_vyvoje_moravskoslezskeho_kraje_v_roce_2010>.
- 24) Nejdůležitější předpisy. In SCHREIEROVÁ, Dana . *Nejdůležitější předpisy* [online]. [s.l.] : [s.n.], 2.6.2003 [cit. 2011-02-05]. Dostupné z WWW: <<http://www.neplachovice.cz/nejdulezitejsi-predpisy/d-4349/query=nejd%C5%AFle%C5%BEit%C4%9Bj%C5%A1%C3%AD+p%C5%99edpisy>>.
- 25) Výroční zpráva o činnosti příspěvkové organizace ve školním roce 2009/2010. In *Výroční zpráva o činnosti příspěvkové organizace ve školním roce 2009/2010* [online]. [s.l.] : [s.n.], 2010 [cit. 2011-02-05]. Dostupné z WWW: <<http://zs.neplachovice.indos.cz/>>.

26) *Http://www.turistik.cz/* [online]. 2010 [cit. 2011-04-08]. Neplachovice. Dostupné z WWW: <*http://www.turistik.cz/cz/kraje/moravskoslezsky-kraj/okres-opava/neplachovice/kategorie/krajina/*>.

27) *Http://www.mapy.cz/* [online]. 2011 [cit. 2011-04-08]. Mapy. Dostupné z WWW:*http://www.mapy.cz/*

Jiné zdroje

28) Kronika obce Neplachovice, kronikář Vlastimil Mičoch

29) Maške J., Schreierová V., Čech J., Publikace 100 let Sboru dobrovolných hasičů a 735 let obce Neplachovice, Optys, spol. s r.o., Opava 1992

30) Starostka obce Neplachovice

Seznam zkratek

aj.	a jiné
apod.	a podobně
atd.	a tak dále
AVZO-TSČ-ČR	Asociace víceúčelových základních organizací technických sportů a činností České republiky
č.	číslo
ECSI	European Customer Satisfaction Index
ha	hektar
Ing.	inženýr
Kč	koruna česká
mm	milimetr
MS	microsoft
obr.	obrázek
odst.	odstavec
Sb.	Sbírky
tab.	tabulka
tj.	to je
TJ	tělovýchovná jednota
viz.	vidět
www	world wide web

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlašuji, že

- jsem byla seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, bakalářskou práci užít (§ 35 odst 3);
- souhlasím s tím, že bakalářská práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího bakalářské práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o bakalářské práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, bakalářskou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 10.5.2011

.....
Eva Zicháčková

Adresa trvalého pobytu studenta:
Hlavní 217, Neplachovice 747 74

Přílohy

Příloha č. 1: Dotazník

Příloha č. 2: Grafy a tabulky dat pro třídění prvního a druhého stupně

Příloha č. 3: Mapy geografické polohy obce

Příloha č. 4: Fotografie obce Neplachovice

Příloha č. 5: Nejstarší pečeť a razítko obce Neplachovice

Příloha č. 6: Propagační materiály obce Neplachovice

Příloha č.1: Dotazník

Vážený respondente,

jmenuji se Zicháčková Eva a studuji 3. ročník Ekonomické fakulty VŠB-TU Ostrava, obor marketing a obchod. Dotazník se týká spokojenosti obyvatel se službami poskytovanými obcí Neplachovice. Vámi vyplněné údaje budou sloužit pro potřeby mé bakalářské práce. Tento dotazník je zcela anonymní.

Pokud není uvedeno jinak, označte prosím vždy pouze jednu z nabízených odpovědí.

U otázek hodnotící Vaši spokojenost zaškrtněte hodnoty, které vyjadřují:

1-velmi spokojen; 2-spokojen; 3-nespokojen; 4-velmi nespokojen; N-nevím, nemohu posoudit.

Předem děkuji za zodpovědné vyplnění dotazníku a za Váš čas.

1. Jak jste celkově spokojen/a s životem v obci?

- 1.1. ☐ spokojen/ a
- 1.2. ☐ spíše spokojen/a
- 1.3. ☐ spíše nespokojen/a
- 1.4. ☐ nespokojen/a

2. Jak hodnotíte životní úroveň v obci?

- 2.1. ☐ velmi dobrá
- 2.2. ☐ dobrá
- 2.3. ☐ špatná
- 2.4. ☐ velmi špatná

3. Zajímáte se aktivně o dění v obci?

- 3.1. ☐ ano
- 3.2. ☐ ne (prosím, přejděte na otázku č.5)

4. Odkud získáváte aktuální informace o dění v obci? (možnost zaškrtnutí více odpovědí)

- 4.1. ☐ z internetu
- 4.2. ☐ z úřední desky (vývěsky obecního úřadu)
- 4.3. ☐ ze zpravodaje
- 4.4. ☐ na zasedání obecního zastupitelstva
- 4.5. ☐ od přátel, známých
- 4.6. ☐ jiné

5. Spokojenost se službami obecního úřadu

- | | |
|---------------------------------------|-----------|
| 5.1. doba úředních hodin | 1 2 3 4 N |
| 5.2. ochota zaměstnanců | 1 2 3 4 N |
| 5.3. pomoc při řešení problémů | 1 2 3 4 N |
| 5.4. množství poskytovaných informací | 1 2 3 4 N |

6. Myslíte si, že je v obci dostatek možností k odpočinku a trávení volného času?

- 6.1. ☐ ano
6.2. ☐ spíše ano
6.3. ☐ spíše ne
6.4. ☐ ne

7. Kterou aktivitu byste uvítali od obce? (možnost zaškrtnutí více odpovědí)

- 7.1. ☐ vytvoření nových dětských hřišť
7.2. ☐ rekonstrukce, popřípadě vybudování nových odpočinkových zón
7.3. ☐ opravy, budování nových chodníků
7.4. ☐ vybudování pečovatelského domu pro seniory
7.5. ☐ oprava zámku a okolí
7.6. ☐ lepší údržba veřejných vývěsných tabulí
7.7. ☐ obnova vzhledu místního kostela
7.8. ☐ lepší propagace obce
7.9. ☐ jiná aktivita, jaká?

8. Která zlepšení byste uvítali v oblasti sportu a kultury? (možnost zaškrtnutí více odpovědí)

- 8.1. ☐ zvýšit úroveň plesů
8.2. ☐ větší množství plesů
8.3. ☐ větší množství letních zábav
8.4. ☐ sportovní turnaje v různých disciplínách
8.5. ☐ rozšířit nabídku zájmových kroužků pro veřejnost
8.6. ☐ jiné (uved'te)

9. Spokojenost s dopravní obsluhností obce

- | | |
|--|-----------|
| 9.1. frekvence autobusového spojení (směr Opava) | 1 2 3 4 N |
| 9.2. frekvence autobusového spojení (směr Krnov) | 1 2 3 4 N |
| 9.3. množství autobusových zastávek | 1 2 3 4 N |
| 9.4. umístění autobusových zastávek | 1 2 3 4 N |

10. Spokojenost s úrovní technických služeb

- | | |
|-------------------------------|-----------|
| 10.1. svoz komunálního odpadu | 1 2 3 4 N |
| 10.2. svoz tříděného odpadu | 1 2 3 4 N |
| 10.3. úklid v obci | 1 2 3 4 N |
| 10.4. péče o zeleň v obci | 1 2 3 4 N |
| 10.5. zimní údržba v obci | 1 2 3 4 N |

11. Navštěvujete v obci některé lékaře?

- 11.1. ☐ ano
11.2. ☐ ne (přejděte na otázku č.13)

12. Spokojenost se zdravotními službami.

- | | |
|-----------------------|-----------|
| 12.1. praktický lékař | 1 2 3 4 N |
| 12.2. ženský lékař | 1 2 3 4 N |
| 12.3. zubní lékař | 1 2 3 4 N |

13. Jak jsou pro Vás důležité následující faktory? (1 – velmi důležité, 4 – nejméně důležité)

- | | |
|---|---------|
| 13.1. úroveň technických služeb | 1 2 3 4 |
| 13.2. informace poskytované obecním úřadem | 1 2 3 4 |
| 13.3. množství a úroveň kulturních/sportovních akcí | 1 2 3 4 |
| 13.4. dopravní spojení s okolím | 1 2 3 4 |
| 13.5. zdravotní služby v obci | 1 2 3 4 |

14. Jak jste spokojeni s následujícími faktory? (1 – velmi spokojen, 4 – velmi nespokojen)

- | | |
|---|---------|
| 14.1. úroveň technických služeb | 1 2 3 4 |
| 14.2. informace poskytované obecním úřadem | 1 2 3 4 |
| 14.3. množství a úroveň kulturních/sportovních akcí | 1 2 3 4 |
| 14.4. dopravní spojení s okolím | 1 2 3 4 |
| 14.5. zdravotní služby v obci | 1 2 3 4 |

15. Jak dlouho zde žijete?

- 15.1. ☐ méně než 5 let
15.2. ☐ 5-15 let
15.3. ☐ více než 15 let

16. Vaše pohlaví

- 16.1. ☐ muž
16.2. ☐ žena

17. Váš věk

- 17.1. ☐ do 18 let
17.2. ☐ 19 - 30 let
17.3. ☐ 31 - 50 let
17.4. ☐ 51 – 65 let
17.5. ☐ 66 a více let

18. Jaké je Vaše nejvyšší dokončené vzdělání?

- 18.1. ☐ základní
18.2. ☐ učňovské bez maturity
18.3. ☐ učňovské s maturitou
18.4. ☐ středoškolské s maturitou
18.5. ☐ vysokoškolské / vyšší odborné

19. Ve které části obce bydlíte?

- 19.1. ☐ Neplachovice
19.2. ☐ Neplachovice - Zadky

Příloha č. 2: Tabulky dat pro třídění prvního a druhého stupně

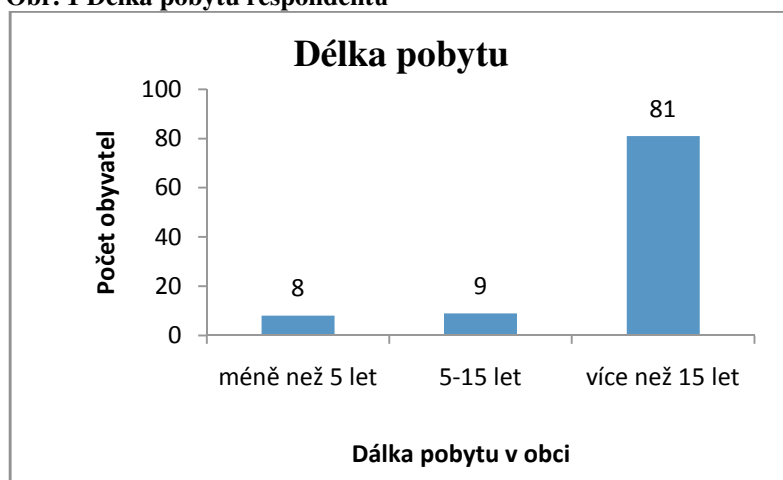
Identifikační otázky

Tab. 1 Struktura respondentů podle délky pobytu

Otázka č. 15	Absolutní četnost	Relativní četnost
méně než 5 let	8	8,2%
5 - 15 let	9	9,2%
více než 15 let	81	82,7%

Zdroj: vlastní

Obr. 1 Délka pobytu respondentů



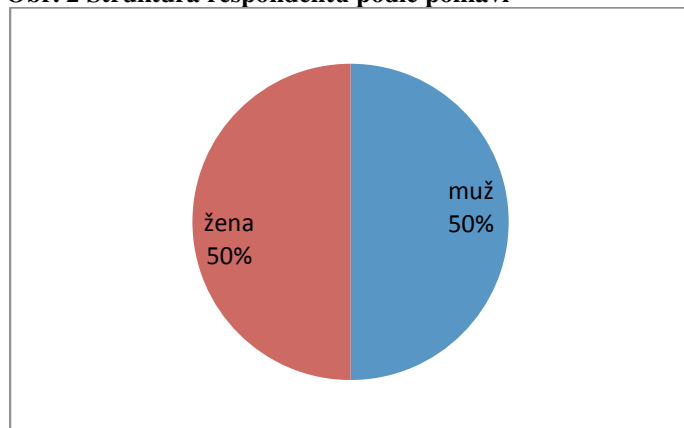
Zdroj: vlastní

Tab. 2 Struktura respondentů podle pohlaví

Otázka č. 16	Absolutní četnost	Relativní četnost
muž	49	50%
žena	49	50%

Zdroj: vlastní

Obr. 2 Struktura respondentů podle pohlaví



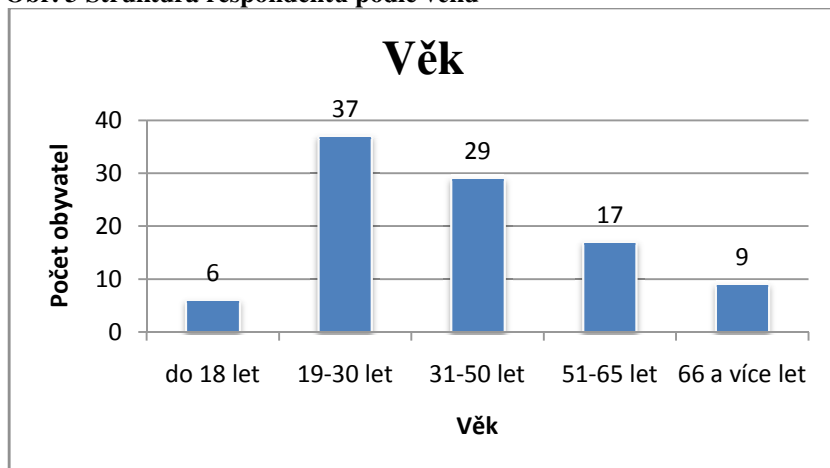
Zdroj: vlastní

Tab. 3 Struktura respondentů podle věku

Otázka č. 17	Absolutní četnost	Relativní četnost
do 18 let	6	6,1%
19-30 let	37	37,8%
31-50 let	29	29,6%
51-65 let	17	17,3%
66 a více let	9	9,2%

Zdroj: vlastní

Obr. 3 Struktura respondentů podle věku



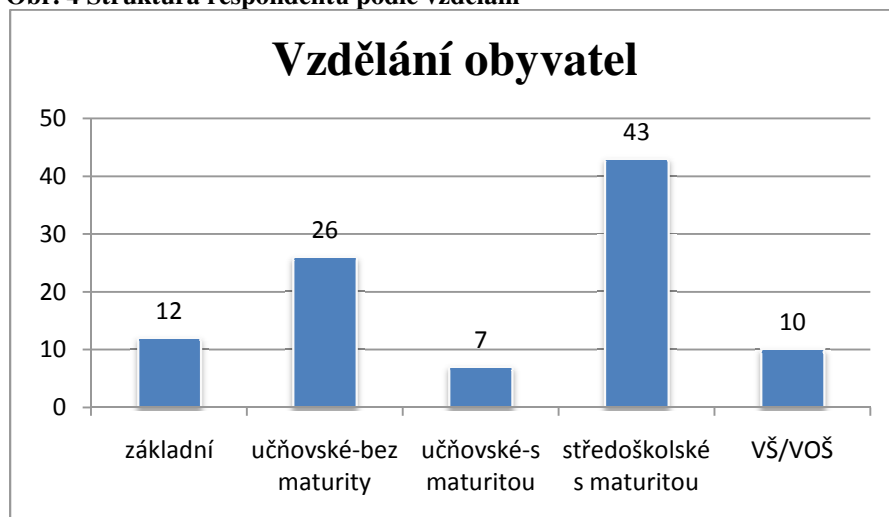
Zdroj: vlastní

Tab. 4 Struktura respondentů podle nejvyššího ukončeného vzdělání

Otázka č. 18	Absolutní četnost	Relativní četnost
základní	12	12,2%
učňovské bez maturity	26	26,5%
učňovské s maturitou	7	7,1%
středoškolské s maturitou	43	43,9%
vysokoškolské/vyšší odborné	10	10,2%

Zdroj: vlastní

Obr. 4 Struktura respondentů podle vzdělání



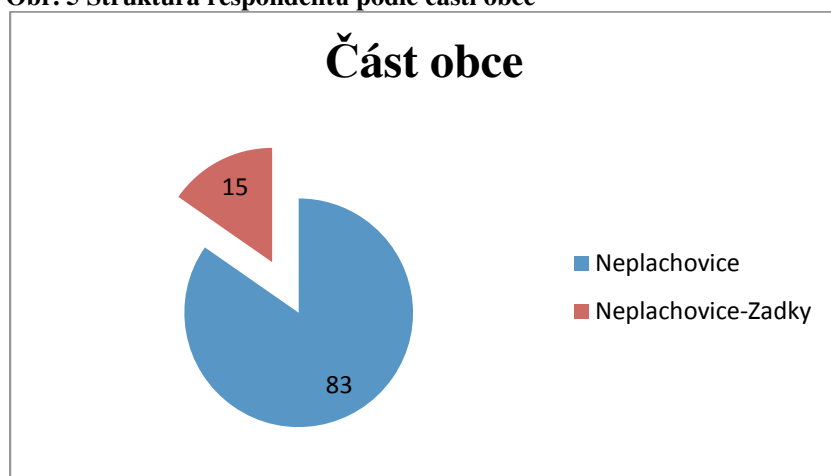
Zdroj: vlastní

Tab. 5 Struktura respondentů dle části obce

Otázka č. 19	Absolutní četnost	Relativní četnost
Neplachovice	83	84,70%
Neplachovice-Zadky	15	15,30%

Zdroj: vlastní

Obr. 5 Struktura respondentů podle části obce



Zdroj: vlastní

Tab.6 Celková spokojenost s životem v obci

Celková spokojenost s životem v obci	Absolutní četnost	Relativní četnost
Spokojen/a	61	62,2%
Spíše spokojen/a	34	34,7%
Spíše spokojen/a	3	3,1%
Nespokojen/a	0	-

Zdroj: vlastní

Tab. 7 Celková spokojenost-muži/ženy

Otázka č. 1	absolutní četnost		relativní četnost	
	muži	ženy	muži	ženy
spokojen/a	31	30	63,3%	61,2%
spíše spokojen/a	15	19	30,6%	38,8%
spíše nespokojen/a	3	0	6,1%	0,0%
nespokojen/a	0	0	0%	0%

Zdroj: vlastní

Tab. 8 Životní úroveň v obci

Otázka č. 2	Absolutní četnost	Relativní četnost
Velmi dobrá	17	17,3%
Dobrá	77	78,6%
Špatná	4	4,1%
Velmi špatná	0	-

Zdroj: vlastní

Tab. 9 Aktivní zájem o dění v obci

Otázka č. 2	Absolutní četnost	Relativní četnost
Ano	68	69,4%
Ne	30	30,6%

Zdroj: vlastní

Tab. 10 Aktivní zájem o dění v obci-muži/ženy

Otázka č. 3	Absolutní četnost		Relativní četnost	
	Muži	Ženy	Muži	Ženy
Ano	34	34	69,4%	69,4%
Ne	15	15	30,6%	30,6%

Zdroj: vlastní

Tab. 11 Zdroje informací o dění v obci

Otázka č. 4	Absolutní četnost	Relativní četnost
Zpravodaj	60	88,2%
Známí a přátelé	36	52,9%
Internet	9	13,2%
Zasedání obecního zastupitelstva	8	11,8%
Úřední deska	8	11,8%

Zdroj: vlastní

Tab. 12 Spokojenost se službami obecního úřadu

Otázka č. 5		Doba úředních hodin	Ochota zaměstnanců	Pomoc při řešení problémů	Množství poskytovaných informací
Absolutní četnost	1	20	25	7	16
	2	45	37	43	47
	3	17	15	14	18
	4	2	2	3	1
	N	14	19	31	16
Relativní četnost	1	20,4%	25,5%	7,1%	16,3%
	2	45,9%	37,8%	43,9%	48,0%
	3	17,3%	15,3%	14,3%	18,4%
	4	2,0%	2,0%	3,1%	1,0%
	N	14,3%	19,4%	31,6%	16,3%
Průměrná spokojenost		2,0	1,9	2,2	2,0

Zdroj: vlastní

Tab. 13 Náзор na možnost odpočinku a trávení volného času

Otázka č. 6	Absolutní četnost		Relativní četnost	
	Muži	Ženy	Muži	Ženy
ano	9	11	18,4%	22,4%
spíše ano	20	22	40,8%	44,9%
spíše ne	15	12	30,6%	24,5%
ne	5	4	10,2%	8,2%

Zdroj: vlastní

Tab. 14 Vítané aktivity od obce-muži/ženy

Otázka č. 7	Absolutní četnost		Relativní četnost	
	Muži	Ženy	Muži	Ženy
nová dětská hřiště	8	11	16,30%	22,40%
nové odpočinkové zóny	15	25	30,60%	51%
opravy, budování chodníků	19	15	38,80%	30,60%
pečovatelský dům pro seniory	11	12	22,40%	24,50%
oprava zámku a okolí	31	35	63,30%	71,40%
lepší údržba veřejných vývěsných tabulí	5	8	10,20%	16,30%
obnova vzhledu místního kostela	9	14	18,40%	28,60%
lepší propagace obce	10	8	20,40%	16,30%
oprava pozemních komunikací	0	1	-	2%

Zdroj: vlastní

Tab. 15 Vítaná zlepšení v oblasti sportu a kultury-muži/ženy

Otázka č. 8	Absolutní četnost		Relativní četnost	
	Muži	Ženy	Muži	Ženy
zvýšit úroveň plesů	8	15	16,3%	30,6%
větší množství plesů	1	7	2,0%	14,3%
větší množství letních zábav	23	31	46,9%	63,3%
sportovní turnaje	17	9	34,7%	18,4%
nabídka zájmových kroužků	16	21	32,70%	42,90%
kulturní dům	3	4	6,10%	8,20%

Zdroj: vlastní

Tab. 16 Spokojenost s dopravní obslužností obce

Otázka č. 9		Frekvence autobus.spojení-Opava	Frekvence autobus.spojení-Krnov	Množství autobus.zastávek	Umístění autobus.zastávek
Absolutní četnost	1	5	3	19	19
	2	23	18	44	40
	3	30	19	9	15
	4	18	10	7	5
	N	22	48	19	19
Relativní četnost	1	5,1%	3,1%	19,4%	19,4%
	2	23,5%	18,4%	44,9%	40,8%
	3	30,6%	19,4%	9,2%	15,3%
	4	18,4%	10,2%	7,1%	5,1%
	N	22,4%	49,0%	19,4%	19,4%
Průměrná spokojenost		2,8	2,7	2,1	2,1

Zdroj: vlastní

Tab. 17 Spokojenost s úrovní technických služeb

Otázka č. 10		Svoz komunálního odpadu	Svoz tříděného odpadu	Úklid v obci	Péče o zeleň v obci	Zimní údržba v obci
Absolutní četnost	1	33	21	18	13	5
	2	39	49	60	67	47
	3	16	19	16	13	36
	4	0	2	4	4	8
	N	10	8	0	1	2
Relativní četnost	1	33,7%	21,4%	18,4%	13,3%	5,1%
	2	39,8%	50,0%	61,2%	68,4%	48,0%
	3	16,3%	19,4%	16,3%	13,3%	36,7%
	4	0,0%	2,0%	4,1%	4,1%	8,2%
	N	10,2%	8,2%	0,0%	1,0%	2,0%
Průměrná spokojenost		1,8	2,0	2,1	2,1	2,5

Zdroj: vlastní

Tab. 18 Využívání služeb místních lékařů

Otázka č. 11	Absolutní četnost	Relativní četnost
Ano	65	66,3%
Ne	33	33,7%

Zdroj: vlastní

Tab. 19 Spokojenost se zdravotními službami

Otázka č. 12		Praktický lékař	Ženský lékař	Zubní lékař
Absolutní četnost	1	3	3	8
	2	26	16	13
	3	11	2	5
	4	15	3	6
Relativní četnost	1	5,5%	12,5%	25,0%
	2	47,3%	66,7%	40,6%
	3	20,0%	8,3%	15,6%
	4	27,3%	12,5%	18,8%
Průměrná spokojenost		2,7	2,2	2,3

Zdroj: vlastní

Poziční mapa

Tab. 20 Důležitost jednotlivých oblastí služeb

Otázka č. 13		Úroveň technických služeb	Informace poskytované obecním úřadem	Množství a úroveň kulturních/sportovních akcí	Dopravní spojení s okolím	Zdravotní služby v obci
Absolutní četnost	1	35	45	22	46	43
	2	48	46	56	30	40
	3	14	7	14	16	10
	4	1	0	6	6	5
Relativní četnost	1	35,7%	45,9%	22,4%	46,9%	43,9%
	2	49,0%	46,9%	57,1%	30,6%	40,8%
	3	14,3%	7,1%	14,3%	16,3%	10,2%
	4	1,0%	0,0%	6,1%	6,1%	5,1%
Průměrná spokojenost		1,83	1,62	1,95	1,94	1,63

Zdroj: vlastní

Tab. 21 Spokojenost s jednotlivými oblastmi služeb

Otázka č. 14		Úroveň technických služeb	Informace poskytované obecním úřadem	Množství a úroveň kulturních/sportovních akcí	Dopravní spojení s okolím	Zdravotní služby v obci
Absolutní četnost	1	14	18	11	6	13
	2	68	61	57	34	48
	3	13	19	27	41	25
	4	3	0	3	17	12
Relativní četnost	1	14,3%	18,4%	11,2%	6,1%	13,3%
	2	69,4%	62,2%	58,2%	34,7%	49,0%
	3	13,3%	19,4%	27,6%	41,8%	25,5%
	4	3,1%	0,0%	3,1%	17,3%	12,2%
Průměrná spokojenost		2,06	1,94	2,09	2,52	2,20

Zdroj: vlastní

Příloha č. 3: Mapy

Obr.6 Geografické umístění obce Neplachovice



Zdroj: [26]

Obr. 7 Geografická poloha obce



Zdroj: [27]

Příloha č. 4: Fotografie obce Neplachovice
Obr. 8 Lípa svobody



Zdroj: vlastní

Obr. 10 Empírový zámek se zámeckým park



Zdroj: vlastní

Obr. 11 Kostel Narození sv. Jana Křtitele



Zdroj: vlastní

Obr. 9 Pomník Pavla Křížkovského



Zdroj: vlastní

Obr. 12 Autobusová zastávka



Zdroj: vlastní

Obr. 13 Zdravotní středisko



Zdroj: vlastní

Obr.149 Víceúčelové hřiště



Zdroj: vlastní

Příloha č. 5: Nejstarší pečeť a razítko obce Neplachovice

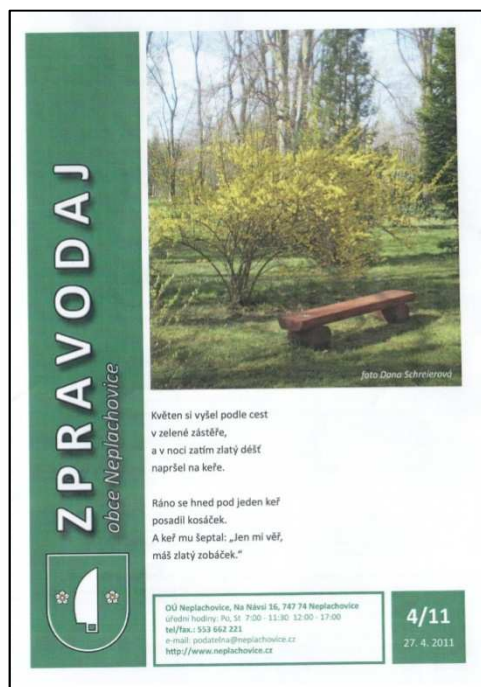
Obr.15 Nejstarší pečeť a razítko obce



Zdroj: [17]

Příloha č. 6: Propagační materiály obce

Obr. 16 Zpravodaj obce Neplachovice



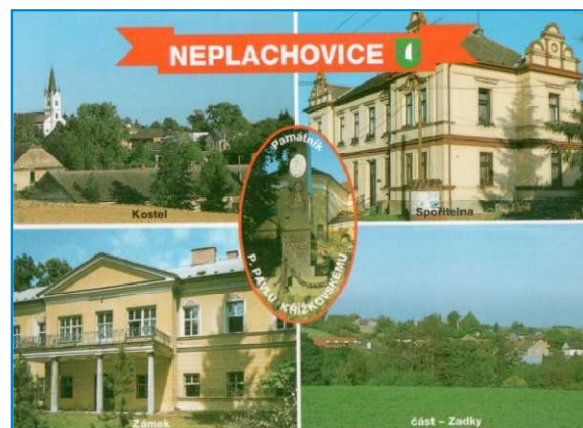
Zdroj: vlastní

Obr. 18 Brožurka kulturních a sportovních akcí



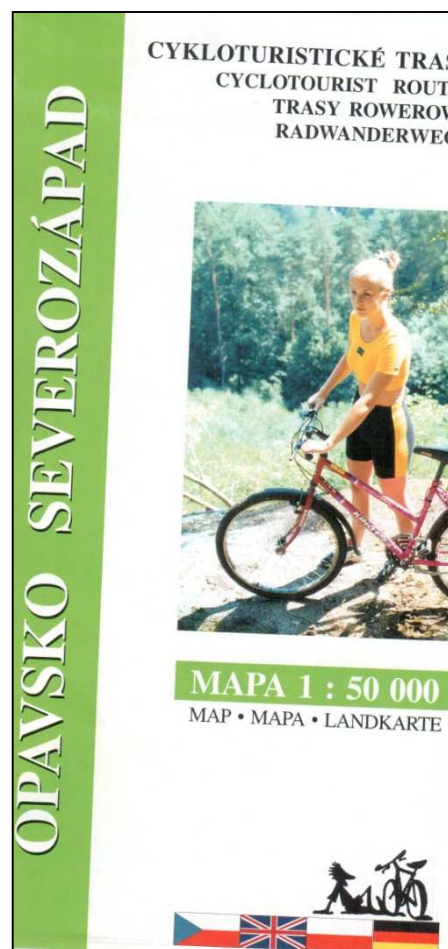
Zdroj: vlastní

Obr. 17 Pohlednice



Zdroj: vlastní

Obr. 19 Cykloturistická mapa



Zdroj: vlastní